

Hämeenlinnan Offset-Kolmio Paino Oy:n ilmeen uudistus

Lahden ammattikorkeakoulu | Muotoiluinstituutti
Viestinnän koulutusohjelma | Graafinen suunnittelu

Jirka Messman
Syksy 2006

Lahden ammattikorkeakoulu/ Muotoiluinstituutti

Viestinnän koulutusohjelma/
Graafinen suunnittelu

Jirka Messman

Työn nimi:

HÄMEENLINNAN OFFSET-KOLMIO PAINO OY:N ILMEEN UUDISTUS

Ohjaajat:

Kari Ojapelto

Heikki Saros

Syksy 2006

Sivumäärä 60

Tiivistelmä

Opinnäytetyöni on toimeksianto työnantajaltani Hämeenlinnan Offset-Kolmio Paino Oy:ltä. Toimeksianto käsittää yritysilmmeen uudistuksen tietyn rajoituksen.

Yritysilmmeen uudistuksella halutaan kertoa yrityksen kehityksestä ja uudistumisesta. Offset-Kolmion yli 35-vuotisen taipaleen aikana logoa ja ilmettä on uusittu useita kertoja. Nyt tekemäni uudistus on jo seitsemäs.

Usein tapahtuva uudistus tulkitaan usein yrityksen kyvyttömyydeksi löytää omaa identiteettiään. Tästä ei kuitenkaan ole kyse Offset-Kolmion kohdalla. Ilmeen uusiminen on ollut tietoista toimintaa, jonka tarkoituksena on viestiä asikkaille yrityksen kehityksestä ja ennen kaikkea kyvystä uudistua ajan vaatimalla tavalla.

Avainsanat:

ilme, yritysilme, suunnittelu, sommittelu, logo

Abstract

My scholarly thesis is an assignment from my employer Hämeenlinnan Offset-Kolmio Paino Oy. This assignment consist corporate identity renewall with some limitations.

With this corporate identity renewall the company wants to tell about the development and renewall of the company. With Offset-Kolmio's over 35 years journey the logo and the layout has changed many times. The renewall what I do now is the seventh.

Keywords:

layout, corporate identity, design, composition, logo

The renewall what is done very often can be interpreted that the company can not find it's own identity. With Offset-Kolmio that is not the case. The renewall of the identity has been conscious action which tells to the customers of the company's development and first of all of the ability to renew the corporate identity with the time.

Sisällysluettelo

7	Johdanto
9	Uutta ilmettä yritykselle
9	Toimeksianto ja lähtökohdat
9	Katsaus yritykseen
10	Yritysilmeen historiaa
13	Ajatuksia uudistuksista
13	Voiko uudistaminen parantaa yrityksen tunnettavuutta ja tuottavuutta
13	Onko liian usein tapahtuvasta yritysilmeen uudistamisesta tutkittua haittaa
15	Suunniteltavat painotuotteet
15	Uudistettavat tuotteet
19	Lisäys tuotevalikoimaan
21	Meikkauspaletin valmistelu
21	Mitä asiakkaat ajattelevat
23	Kyselyn tulokset
24	Elementtejä ja merkityksiä
25	Tämä on kokeilua...
27	Hieman taaksepäin... ja lähtökuoppiin
29	Uusi alku
29	Kolmiulotteisuutta ja vahvaa väripintaa
32	Värimäärittelyt
32	Muuta ilmettä logoon
33	Fontin valinta
34	Paperin valinta
35	Suunnittelua ja sommittelua
36	Kirjelomakkeesta se lähti
39	Kirjekuorien erityisvaatimukset
42	Muut tuotteet
47	Valmis yritysilmme
55	Lopuksi
55	Prosessin arviointi
56	Työn arviointi
57	Kimmo Jokisen arviointi
58	Kiitokset
59	Lähteet

Opinnäytetyöni on toimeksianto työnantajaltani Hämeenlinnan Offset-Kolmio Paino Oy:ltä, jonka markkinointinimenä käytetään nimeä Offset-Kolmio (käytän vastaavaa nimeä myös myöhemmin opinnäytetyössäni). Toimeksianto käsitti yritysilmmeen uudistuksen tietyin rajoituksin.

Työ on käsittänyt osittaisen logon uudistamisen sekä yrityksen viestintään ja toimintaan liittyvien painotuotteiden suunnittelun. Lisäksi uutena tuotteena suunnittelin käyntikorttikotelon, jota on tarkoitus käyttää asiakkaille toimitettavien valmiiden käyntikorttien pakkauksena.

Uusittujen tuotteiden käyttöönoton on ajateltu tapahtuvan viimeistään vuonna 2008, jolloin yritys täyttää 40 vuotta.

Kädessäsi olevassa opinnäytetyössä kerron aluksi lyhyesti yrityksen historiasta sekä yritysilmmeen uudistamisen ja siihen liittyvien rajoitusten syistä selventääkseni työn tavoitteita. Varsinaista toimeksiantoa käsittelen aikajärjestyksessä aloittaen alustavista suunnittelutehtävää edeltäneistä toimenpiteistä ja etenen erilaisten mallien kautta valmiiseen työhön.

Uutta ilmettä yritykselle

Toimeksianto ja lähtökohdat

Keskusteltuani työnantajani, Kimmo Jokisen kanssa opinnäytetyöstäni, hän ehdotti että uudistaisin Offset-Kolmion yritysilmehen. Offset-Kolmio on Hämeenlinnassa toimiva tilauskirjapaino, jonka palveluksessa olen ollut vuodesta 2002 lähtien. Viralliselta nimeltään yritys on Hämeenlinnan Offset-Kolmio Paino Oy, mutta markkinointinimenä käytetään nimeä Offset-Kolmio (käytän em. nimeä myös myöhemmin tässä työssä).

Saamani toimeksianto käsitti yritysilmehen uusimisen tietyin rajoituksin, joita olivat nykyisin käytössä olevan logon ok-merkin sekä käytössä olevan sinisen värin säilyttäminen. Toimeksiantoon kuului logon sekä yrityksen viestintään ja toimintaan liittyvien painotuotteiden suunnittelu sekä uutena tuotteena käyntikorttikotelon pakkaus- ja ulkoasusuunnittelu valmiiden korttien pakkaamista ja säilyttämistä varten. Annettuun tehtävään sisältyi myös tämän opinnäytetyön ulkopuolelle jäävä nettisivujen suunnittelu, joka on tarkoitus toteuttaa myöhempänä ajankohtana.

Toimeksianto yritysilmehen uusimisesta perustuu yrityksen tapaan uudistaa ilmettään kohdallaisen usein, minkä vuoksi yritysilmehen suunnittelussa pyritäänkin tiettyjen, jo tunnetuksi tulleiden elementtien säilyttämiseen. Toiminnan tavoitteena on kertoa asiakkaille yrityksen kehityksestä ja kyvystä uudistua ajan asettamien vaatimusten mukaan. Viime vuosina yritysilmehen uusiminen on ajoitettu yrityksen juhlavuosiin. Nyt suunniteltu yritysilmehi on alustavien suunnitelmiensa mukaan tarkoitus ottaa käyttöön viimeistään

vuonna 2008 yrityksen täyttäessä 40 vuotta. Yksi ilmeen muuttamisen motiiveista on tällä kertaa kemiaan perustuvan levytulostimen vaihto uuteen kemiattomaan tulostimeen, joka tukee yrityksen ympäristöystävällistä toimintaa yhdessä painossa käytettävien, jo kauemmin käytössä olleiden, kasviöljypohjaisten painovärien ja pesuaineiden kanssa. Näiden lähtökohtien mukaisesti toimeksiannon tavoitteeksi asetettiin, että uudessa ilmeessä tulisi esiin yrityksen laatuvaatimukset ilman kalliita ratkaisuja, edistynyt teknologia, ammattitaito ja hyvä palvelu sekä välittäminen ympäristöstä ja luonnosta. Ympäristön huomioiminen toivottiin tuotavan esiin kuvallisilla keinoilla ja huomioarvoa haluttiin lisätä voimakkaalla värin käytöllä, ilmeestä haluttiin raikas. Suunniteltavalle logolle haluttiin kolmiulotteisuutta ajan hengen mukaisesti ja käytössä oleva antikva, Garamond, haluttiin vaihtaa päätteettömään kirjaintyyppiin, groteskiin. Toiveena oli myös www-osoitteen näkyvä käyttö.

Katsaus yritykseen

Offset-Kolmio on perustettu vuonna 1968 ja se toimi yksinomaan offsetpainomenetelmää käyttävien painojen uranuurtajana. Yritystoiminnan aloitus tapahtui Hämeenlinnalaisessa kirjapainossa Arvi A. Karisto Osakeyhtiöllä (vuodesta 1986 Karisto Oy) työkennelleiden Pertti Jokisen, Kauko Sjömanin ja Markku Salmisen toimesta Pertti Jokisen autotallissa Kutalantiellä. Näistä kuitenkin Markku Sjömanin samoin kuin äänetön yhtiömies Markku Salmisen jäivät Kariston palvelukseen ja Pertti Jokisen

kumppaniksi, toiseksi yhtiömieheksi, tuli vuonna 1969 Hannu Ilmarinen. Tuolloin yrityksen nimenä oli Offset-Kolmio, Pertti Jokinen & kumpp. Ky (Viestin vuosisata, 103).

Sisaryritys Hämeenlinnan Offset-Kolmio Paino Oy, joka perustettiin vuonna 1996, osti vuonna 2001 koko painoliiketoiminnan vanhalta kommandiittiyhtiöltä ja vastaa nykyisin koko painoliiketoiminnan pyörittämisestä.

Nykyisin yrityksen palveluksessa on 12 henkeä ja tuotevalikoimaan kuuluu lähes kaikkea käyntikorttien ja kirjojen väliltä. Yrityksen asiakas-kunta koostuu niin pienistä kuin hyvinkin suurista yrityksistä, yhdistyksistä sekä yksityishenkilöistä. Palveluun kuuluu myös painotuotteiden suunnittelu materiaaleista alkaen.

Yritysilmeen historiaa

Yrityksen ensimmäisen logon suunnitteli Kari Ilmarinen vuonna 1974. Tässä vaiheessa merkinä oli kolmio, jonka päällä numero kolme ja sana offset. Logossa käytettiin Eurostile Bold Extended-fonttia, merkki sijoittui nimen jälkeen. Ensimmäinen uudistus tehtiin vuonna 1979 samoin Kari Ilmarisen toimesta. Eurostile-fontista luovuttiin ja tilalle tuli antikva Palatino 2 Black sekä Souvenir Light. Myös tässä merkki oli nimen jälkeen.

Vuodesta 1986 alkaen uudistukset yritysilmeeseen on suunnitellut Hannu Ilmarinen. Kyseisenä vuonna otettiin myös ensimmäisen kerran käyttöön ok-merkki yrityksen logossa. Fontti vaihtui CG Cloisteriin, joka myös on antikvaleikkaus. ok-merkki siirrettiin nimen eteen. Tähän asti logo on ollut yksivärinen, sininen. Seuraavan kerran yritys uudisti ilmettään vuonna 1993 juhliessaan 25-vuotispäiväänsä. Merkin ympärillä oleva nimi oli vielä samalla fontilla kuin ennen, mutta osoitetiedot vaihdettiin groteskiin Antique Olive-fonttiin. Logosta tehtiin kaksivärinen. Väreinä sininen ja harmaa. Tästä eteenpäin on yritysilmettä uudistettu viiden vuoden välein eli edelliset muutoksen vuodet ovat olleet 1998 ja 2003. Vuoden 1998 muutosta voidaan pitää melko suurenakin, koska tällöin yrityksen logo muutettiin neliväriseksi. Vuonna 1998 tuli käyttöön myös ovaali. Pystymallisen ovaalin sisällä oli kolme eriväristä kolmiota. Logon fontti vaihtui Futura Extra Black Italiciksi. Tekstiosa oli aluksi musta, mutta vaihdettiin sittemmin siniseksi. Vuonna 2003 ovaali muutettiin vaakamalliseksi ja siniseksi, kolmiot vaihtuivat yhteen vaaleampaan siniseen osaan. Futura vaihdettiin Garamond Semiboldiin. Värien määrä väheni kahteen, mutta painettiin silti nelivärisenä.



Kari Ilmarinen, 1974



Kari Ilmarinen, 1979



Hannu Ilmarinen, 1986



Hannu Ilmarinen, 1993



Hannu Ilmarinen, 1998



Hannu Ilmarinen, 2003

Ajatuksia uudistuksista

Voiko uudistaminen parantaa yrityksen tunnettavuutta ja tuottavuutta

Hämeenlinnassa toimivilla, saman suuruisilla kirjapainoilla on lähes samat palvelut kuin Offset-Kolmiolla. Tästä syystä en pidä huonona asiana ilmeen uudistamista ajan mukaiseksi. Uudistumisen myötä Offset-Kolmio erottuu kilpailijoistaan ja on kenties kiinnostavampi vaihtoehto. Hyvällä uudistuksella voidaan saavuttaa kilpailuetu muihin kirjapainoihin nähden. Kun yritys ilme erottuu muista positiivisesti, on asiakkaiden helpompi valita Offset-Kolmio. Yritysilmeellä on tärkeä rooli markkinoinnissa, koska sen perusteella ihmiset tekevät valintansa. Valintaprosessin täytyy olla riittävän helppo, eikä sen eteen saa joutua tekemään liikaa työtä (Juha Pohjola).

Onko liian usein tapahtuvasta yritysilmeen uudistamisesta tutkittua haittaa

Yrityksen tapa uusia yritysilmettä kohtalaisen usein on yrityksen johdon mukaan ollut tietoista toimintaa ja sen tarkoituksena, kuten jo aiemmin mainitsin, on ollut viestiä asiakkaille yrityksen kyvystä uudistua. Yritysilmeen uusiminen usein saattaa herättää myös ajatuksia yrityksen kyvyttömyydestä löytää omaa identiteettiään ja sitä voidaan joissain tapauksissa pitää myös vahingollisena yrityksen toiminnalle. Offset-Kolmion tapaukses-

sa ilmeen uudistaminen näyttää kuitenkin olleen turvallista ja mitä ilmeisemmin syynä on ollut sen vakiintunut asema.

Miettiessäni uudistusten vaikutuksia tulee ensimmäisenä itselleni pelko yrityksen tunnistettavuuden häviämisestä, mikä saattaisi johtaa myös asiakkaiden kadottamiseen. Toisaalta yritys ilmeen uudistus hallitulla tavalla, kuten tiettyjen jo tunnetuksi tulleiden elementtien säilyttämisellä, ylläpitää yrityksen tunnistettavuutta. Osien uudistaminen voi toisaalta olla hyvinkin tervetullut asia sen vuoksi, että se herättää yrityksen aina uudelleen eloon. Aina samannäköinen lasku, kirje tms. turruttaa ja sokeuttaa, mutta uusien elementtien tuonti siten, että yritys on kuitenkin tunnistettavissa saattaa jopa piristää ja tuottaa mielihyvän tunteita myös asiakkaille. Yritysilmeen uudistamista usein voidaan mielestäni pitää hyvänä ratkaisuna silloin, kun uudistuksissa on tietty säännönmukaisuus kuten Offset-Kolmiolla.

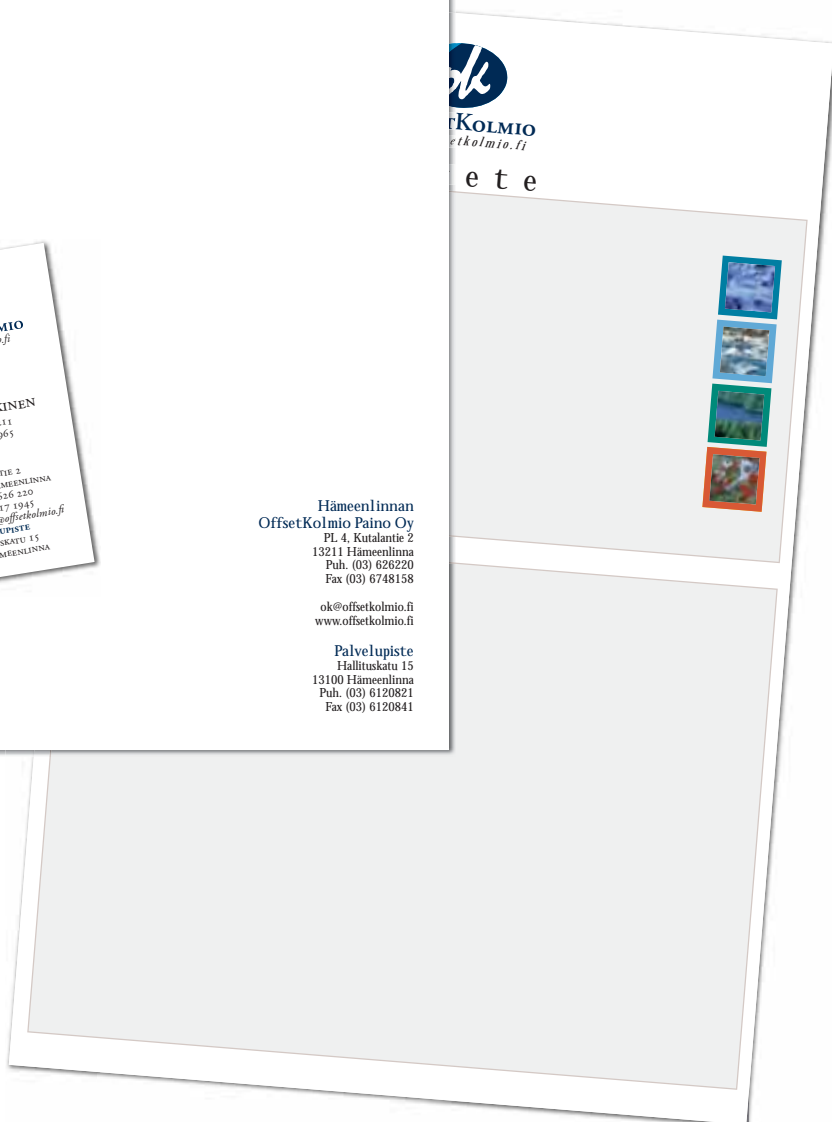
Peruselementtien, kuten ok-merkin ja tutun värin säilyminen on tärkeä asia tunnistettavuuden kannalta. Kaikkien yrityksessä käytettävien painotuotteiden ja muun materiaalin ulkoasun tulee olla yhtenäinen, jotta se on tunnistettavissa samaksi yritykseksi yhteydestä huolimatta. Koska ihminen muistaa paremmin muutaman kirjaimen tai merkin, kuin pitkiä sanoja tai nimiä, on ok-merkin säilyminen perusteltua (Juha Pohjola).

Suunniteltavat painotuotteet

Uudistettavat tuotteet

Ensimmäisenä tehtävänä kävimme läpi työnantajani kanssa yrityksen käytössä olevat erilaiset painotuotteet ja sovimme mitä tulisimme käyttämään jatkossa. Suunniteltaviksi tuotteiksi tämän selvityksen jälkeen sovimme seuraavat, jo aiemmin käytössäkin olleet painotuotteet.

Saate sekä kaksiosainen käteiskuitti ja kaksiosainen lähete.



Kirjelomake, käyntikortti ja lähete, josta yläosa menee asiakkaalle tuotteen mukana ja alaosa jää laskutukseen.



VASTAANOTTAJA

LÄHETTÄJÄ

SIVUJA (ML. SAATE)


SELITYS

PÄIVÄMÄÄRÄ JA ALLEKIRJOITUS

VAHDE: 03-626 220

SUORAT: KIMMO JOKINEN 03-626 2211 HANNU ILMARINEN
JAANA VIRTANEN 03-626 2214 MARIKA IJÄS
MATTI KASKELA 03-626 2218 KRISTA HAMMARBERG
JIRKA MESSMAN
jirka.messman@offsetkolmio

FAX NUMEROMME 03-6748 158
SÄHKÖPOSTI OSOITTEEMME: ETUNIMI.SUKUNIMI@OFFSETKOLMIO.FI SEKÄ OK@OFFSETKOLMIO.FI

 **OFFSETKOLMIO**

TILAUS
TARJOUS
Pvm _____

Tilaaaja _____

Asias hoitaa _____

Osoite _____

Puh _____ Fax _____

Sähköposti _____

Työ _____

Koko _____ Kpl _____ Vanha
 Uusi

Paperi Sivut _____ sivua+kannet Värät _____
Sivut _____ Kannet _____

Paperi Kartti _____

Vedot pvm Postissa Sähköpostilla Valmis pvm
 Faxilla Ei vedosta

Lisätietoja _____

Lisäksi faksilomake ja talon sisäinen tilaus- ja tarjouspyyntölomake. Uusittaviin lomakkeisiin kuuluu vielä C4-kirjekuori, kansio ja osoitetarra.

Lisäys tuotevalikoimaan

Asiakkaamme teettävät meillä hyvin paljon käyntikortteja ja niiden tyylikäs pakkaus on ollut hie-
man ongelmallista. Tämän vuoksi päätimme, että

suunnittelisin myös käyntikorttien pakkaamiseen ja säilyttämiseen tarvittavan kotelon, joka olisi ul-
koasultaan yhtenevä muiden yrityksessä käytettä-
vien painotuotteiden kanssa.



Meikkauspaletin valmistelu

Mitä asiakkaat ajattelevat

Ennen varsinaisen suunnittelutyön aloittamista halusin tietää miten asiakkaat kokevat yrityksen palvelut, tuotteet, laatu- ja hintatason verrattuna muihin Hämeenlinnan ja ympäristökuntien vastaavanlaisiin tilauskirjapainoihin. Tämän varten tein kyselyn, jonka tavoitteena oli selvittää ovatko asiakkaidemme kokemukset sitä mikä on meidän mielikuvamme toiminnastamme.

Kyselykaavakkeen tein käyttäen Adoben Designer -ohjelmaa, joka mahdollisti kaavakkeiden toteuttamisen pdf-tiedostona ja johon asiakkaat saattoivat vastata käyttäen Acrobat Reader -ohjelmaa.

Kysymyskaavakkeita lähetin 70:lle asiakkaallemme joista 22 vastasi.

Tarkastellessani saamiani vastauksia huomasin, että asiakkailamme todellakin oli pääsääntöisesti hyvä mielikuva yrityksemme palveluista ja itse yrityksestä. Palvelun, laadun ja ammattitaidon taso pidettiin korkeana ja hintatasoa pidettiin yleisesti kohtuullisena. Eräissä vastauksissa jopa kerrottiin ettei tarjouksemme suinkaan monestikaan ollut halvimmasta päästä, mutta heidän valinnassaan kriteerinä oli laadukas työ. Luotettavuus ja asiakkaiden mielipiteiden kuunteleminen ja huomioonottaminen tulivat myös esille.

Kyselyn perusteella saatoin todeta, että Offset-Kolmion toiminta on asiakkaiden mielestä hyvinkin lähellä sitä mitä toivoimmekin sen olevan ja minkä eteen olemme tehneet työtä.

Mielipidekysely

Miten koette Offsetkolmion palvelut ja tuotteet?

Arviointi: 1 - heikko / 2 - kohtalainen / 3 - tyydyttävä / 4 - hyvä / 5 - erinomainen)

	1	2	3	4	5
1. Palvelu	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
2. Asiakasystävällisyys	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
3. Asiantuntemus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
4. Laatu	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
5. Joustavuus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
6. Aikataulujen pitävyys	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Mielipiteesi Offsetkolmion hintatasosta suhteessa palveluun ja tuotteiden laatuun:

Arviointi: 1 - edullinen / 2 - sopiva / 3 - kallis / 4 - en osaa sanoa

	1	2	3	4
7. Tulostus- ja kopiointityöt	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
8. Käyntikortit ja muut 1-väriyöt	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
9. Esitteet	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
10. Lehdet ja muut julkaisut	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Mitkä seuraavista seikoista vaikuttavat kirjapainon valintaanne?

Laatu Hintaa Palvelu Aikataulu Sijainti Tuttuus

Muu, mikä?

Offsetkolmion kilpailukyky Hämeenlinnan ja ympäristön muihin kirjapainoihin verrattuna:

Arviointi: 1 - huonompi / 2 - yhtä hyvä / 3 - parempi / 4 - en osaa sanoa

	1	2	3	4
11. Laatu	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
12. Palvelu	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
13. Asiantuntemus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
14. Aikataulujen pitävyys	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
15. Joustavuus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

16. Muita terveisiä Offsetkolmiolle:

Kiitokset Teille vaivannäöstänne.

Lähetä sähköpostilla

Kyselyn tulokset

Offset-Kolmion palvelut ja tuotteet koettiin seuraavalla tavalla

	Palvelu	Asiakas- ystävällisyys	Asian- tuntemus	Laatu	Joustavuus	Aikataulujen pitävyys
Erinomainen	54,54 %	63,63 %	54,54 %	54,54 %	72,72 %	50 %
Hyvä	40,90 %	31,81 %	45,45 %	40,90 %	22,72 %	36,36 %
Tyydyttävä	4,54 %	4,54 %	0 %	4,54 %	4,54 %	9,09 %
Kohtalainen	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %	4,54 %
Heikko	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %

Tulosten perusteella Offset-Kolmion palvelut ja tuotteet koetaan keskimäärin erittäin hyvänä.

Offset-Kolmion hintataso suhteessa palveluun ja tuotteiden laatuun

	Tulostus- ja kopiointityöt	Käyntikortit ja muut 1-väriyöt	Esitteet	Lehdet ja muut julkaisut
En osaa sanoa	63,63 %	63,63 %	40,90 %	63,63 %
Kallis	4,54 %	4,54 %	13,63 %	4,54 %
Sopiva	31,81 %	31,81 %	40,90 %	31,81 %
Edullinen	0 %	0 %	4,54 %	0 %

Suurin osa vastanneista ei osannut tai halunnut kommentoida tätä kysymystä, mutta pääsääntöisesti hintatasoa pidetään sopivana.

Kirjapainon valintaan vaikuttavia tekijöitä

Laatu	81,81 %	Aikataulu	54,45 %
Hinta	50 %	Sijainti	18,18 %
Palvelu	59,09 %	Tuttuus	59,09 %

Kirjapainon valinnassa laatu oli tärkein kriteeri. Sijainnilla ei tuntunut olevan niin paljon merkitystä.

Offset-Kolmion kilpailukyky

	Laatu	Palvelu	Asiantuntemus	Aikataulujen pitävyys	Joustavuus
En osaa sanoa	40,90 %	27,27 %	36,36 %	31,81 %	36,36 %
Parempi	18,18 %	36,36 %	18,18 %	31,81 %	40,90 %
Yhtä hyvä	36,36 %	31,81 %	40,90 %	27,27 %	22,72 %
Huonompi	4,54 %	4,54 %	4,54 %	9,09 %	0 %

Moni vastanneista ei ottanut tähänkään kysymykseen kantaa, mutta hyvät tulokset tuli tästäkin.

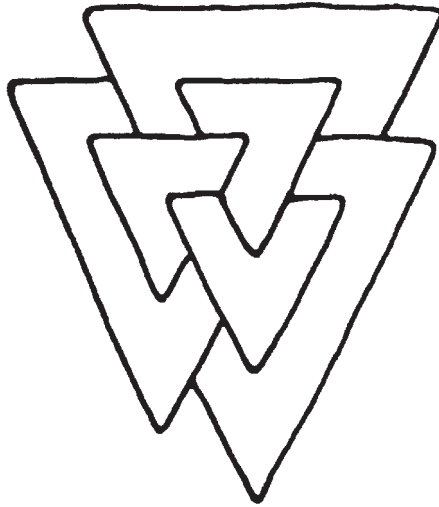
Elementtejä ja merkityksiä

Aloittaessani suunnittelutehtävää mietin olisiko mahdollista tehdä radikaalimpaa muutosta yrittäjäilmeeseen, siten että ok-merkki säilyisi logossa. Lähdin miettimään yrityksen nimeen liittyvää kolmiota samoin kuin numeroa kolme.

Tutkiessani symbolikirjaa ja etsiessäni kolmiolle merkitystä löysin mielenkiintoisen kuvion; Hrungrin sydämen. Kyseessä on vanha, Viikinkien käyttämä symboli, jonka merkitystä ei kirjasta kuitenkaan ikäväkseni löytynyt. Internetistä

(www.spirit-of-the-past.com, 27.04.2006) löysin kuitenkin vastaavan kuvion, joka kirjasta poiketen oli piirretty ylösalaisin. Sen kerrottiin olevan hyvän onnen symboli, kuten svastiga eli hakaristi, aikoinaan ennen nykyistä natsismin aikaansaama mielikuvaa.

Numerolle kolme löysin kirjasta merkityksen, joka mielestäni sopi hyvin tarkoituksiini "Omne trium perfectum" – kaikki kolmius on täydellistä; kaikki hyvät asiat ovat kolme (Hans Biedermann).



Hrungrin sydän

(Suuri symbolikirja, Hans Biedermann, 2004).

Tämä on kokeilua...

Suunnittelin erilaisia malleja käyttäen Viikinkien symbolia yhdessä ok-merkin kanssa samoin kuin ilman sitä. Muunsin kolmiot markkeeraamaan pa-
periarkkien kulmia ja väreiksi valitsin painoväreinä käytettävät cyanin, magentan ja keltaisen. Paperi-
en kulmien asettelusta tein erilaisia kokeiluja.

Tekemäni versiot kuitenkin hylättiin, koska ne eivät ilmentäneet yritystä riittävän hyvin. Myös käyttämäni prosessivärit koettiin liian tavanomaisiksi eivätkä siten miellyttäneet työnantajaani – kuten eivät minuakaan.



Hrungnirin sydän-variaatioita ok-merkillä ja ilman



 **OffsetKolmio**

 **OffsetKolmio**

 **OffsetKolmio**

 **OffsetKolmio**

 **OffsetKolmio**

 **Offset
Kolmio**

 **OffsetKolmio**

 **OffsetKolmio**

 **OffsetKolmio**

Kolmioita hyödyntäviä logokoikeiluja
ok-merkillä ja ilman.

Hieman taaksepäin... ja lähtökuoppiin

Kokeiluni jälkeen palasin taaksepäin ja ryhdyin tutkimaan miltä muiden yritysten visuaalinen ulkoasu näytti ja miten ne kykenivät ilmentämään edustamaansa alaa. Kävin läpi useita Letterhead- ja Corporate Identity-kirjoja, joissa esiteltiin eri maiden parhaimpia yritysilmkeitä. Tutkiessani kyseisiä kirjoja totesin itseäni miellyttävän eniten klassiset ratkaisut, joissa korostui selkeys ja jotka

kestivät aikaa. Miettiessäni omia mieltymyksiäni ja edessä olevaa tehtävää totesin olevan erittäin vaikeaa samoin kuin tarkoituksen vastaista pyrkiä tekemään tämän kaltaista visuaalista ilmettä yritykselle, jonka toimintatapoihin kuitenkin kuului yritysilmkeen säännöllinen uusiminen. Toisin sanoen Offset-Kolmion yritysilmkeen ei ole tarkoitus kestää aikaa vaan pikemminkin pitää yrityksen vireyttä yllä.



Indian

Lomake ja kuori ovat yksinkertaiset ja selkeät. Käyntikortissa hieno oivallus. Typografia on hallussa.

(Graphic letterhead 6, B. Martin Pedersen, Vanessa Fogel & Ryan Brunette, 2004, 126)



Vermilion

Lomakkeiden asettelu on kaunis ja selkeä. Lomakkeissa eri toimipisteillä omat värit toimivat. Typografia on hallussa.

(Letterheads: collection from around the world, Takenobu Igarashi, 1989, 16)



Cincinnati Ballet

Klassisen kaunis. Vaikka kuva on kohtalaisen iso, vaikutelma ei siltikään ole ahdas. Linja johdattaa katsetta. Typografia on hallussa.

(Graphic letterhead 6, B. Martin Pedersen, Vanessa Fogel & Ryan Brunette, 2004, 49)

TÄMÄN PÄIVÄN PAINOTALO

ESITTEET, LEHDET, KIRJEKUORET,
VÄRITULOSTEET,
KORTIT



LARIN KYÖSTIN KATU 20
13130 HÄMEENLINNA
INFO@ILVESPAINO.FI

Puh. 03-656 060
Fax 03-656 0627
WWW.ILVESPAINO.FI



OFFSETKOLMIO

Palvelupiste
Hallituskatu 15
13100 Hämeenlinna
Puhelin (03) 612 0821
Fax (03) 612 0841
Avoinna
ma - pe 10.00-16.30

Kutulantie 2, PL 4
13211 Hämeenlinna
Puhelin (03) 626 220
Fax (03) 674 8158
ok@offsetkolmio.fi
Avoinna
ma - to 8.00-16.30
pe 8.00-15.00

www.offsetkolmio.fi



Siinä on jälkeä.

puhelin (03) 628 690
faksi (03) 628 6922
pc@suomalainenkirjapaino.fi
www.suomalainenkirjapaino.fi



SUOMALAINEN
KIRJAPAINO OY

Sähkömestarintie 2
13130 Hämeenlinna



Pietiläntie 5, 13130 HÄMEENLINNA
Puh. (03) 6161945, Fax (03) 6161946

sorvali@sci.fi

Yritysilmeitä käsittelevien kirjojen jälkeen tarkastelin vielä Hämeenlinnan puhelinluettelossa esiintyvien, Offset-Kolmioon verrattavien, yritysten visuaalista ilmettä tarkoituksenani hakea elementtejä, joiden voisin katsoa herättävän haluttuja mielikuvia yrityksestä. Näiden suhteen jouduin kuitenkin toteamaan, että Offset-Kolmion ilmoitus erottui selkeästi edukseen muiden vastaavien ti-lauskirjapainojen ilmoituksista.

Käytettävä meikkipaletti yrityksen ilmeen kohentamiseksi alkoi hahmottua. Asetettujen tavoitteiden sekä yritysilmeen säännöllisen uusimisen perusteella päätin pitäytyä lähimain samoilla linjoilla kuin mitä tämän hetkinen yritysilmeikin on. Eron entisen ja suunniteltavan ilmeen välillä tulee tietysti olla selkeästi havaittavissa ilmeen uusimisen tavoitteiden toteutumiseksi.

Uusi alku

Kolmiulotteisuutta ja vahvaa väripintaa

Lähdin muokkaamaan alkuperäistä vaakamallista ovaalia. Tein siihen sitä toivottua kolmiulotteisuutta, jonka sain aikaiseksi liukuväreillä ja kahden eri kokoisien ovaalin päällekkäisyydellä. Tässä vaiheessa merkki oli sama kuin aikaisempi, mutta aavistuksen kolmiulotteinen. Pohdin myös Offset-Kolmio sanan asettelua merkin yhteyteen. Halusin tekstin näkyvämmäksi kuin vanhassa logossa. Siirsin sen merkin viereen ja valitsin Myriad Pro Bold Italicin. Lopputulos ei kuitenkaan miellyttänyt, sillä siitä oli tullut kahden viimeisen käytössä olleen logon yhdistelmä. Teksti oli visuaalisesti hyvin lähellä vuoden 1998 käytettyä Futuraa ja merkin kolmiulotteisuus ei ollut riittävä. Tässä vaiheessa olin jälleen lähes lähtökuopissa.



OFFSETKOLMIO

Alkuperäinen, tällähetkellä käytössä oleva logo.



OFFSETKOLMIO

Vuodesta 1998 käytössä ollut logo.



Offset-Kolmio



Offset·Kolmio



Seuraavaksi laitoin tekstin pohjalle sinisen palkin, jolta teksti erottuisi paremmin ja siirsin merkin keskelle palkkia. Palkkivaihtoehtoja oli kaksi. Teräväkulmainen ja pyöristetyillä kulmilla. Näistä valituksi tuli pyöreäkulmainen palkki, koska se antoi pehmeämmän vaikutelman ja sopi paremmin haluttuun yrityskuvaan. Fontiksi valitsin Myriad Pro Condensedin. Teksti ei kuitenkaan erottunut riittävästi.

Siniselle palkille sijoittamani vaakamallinen ovaali osoittautui liian staattiseksi, joten päätin kallistaa merkkiä hiukan. Näin sain logoon hieman jännitettä ja samalla eteen- ja ylöspäin pyrkimistä. Merkki siis nousee vasemmalta alhaalta oikealle ylös. Länsimaisesta lukusuunnasta johtuen tulkitsemme sen suunnan näin. Tein vielä muutaman version myös ilman palkkia.

Jatkojalostuksen kohteeksi työnantajani toiveesta päättyi versio, jossa ovaali on vinossa ja sininen palkki pyöristetyillä kulmilla. Tätä versiota lähdin siis muokkaamaan. Merkin vaaleamman sininen reuna antoi liian ahtaan ja kömpelön vaikutelman, joten kavensin sitä. Samalla parantelin merkin kolmiultteisuutta. Loppujenlopuksi jou-

duin tekemään tehosteet Photo Shop-ohjelmalla, koska muilla käyttämilläni ohjelmilla (Illustrator ja In Design) en saanut aikaiseksi haluamaani vaikutelmaa. Tähän ratkaisuun uskalsin päätyä, koska Photo Shop SC2-versiossa voi muokata vektorimuotoista kuvaa ja se voidaan säilyttää myös siten. Myös se, että teemme itse kaikki tarvitsemamme logoversiot, voimme tehdä aina halutun kokoisen logon.

Sitten tarvitsin tekstiosaan sopivan fontin, koska aiemmin käyttämäni Myriad Pro Condensed oli liian huomaamaton. Olin ajatellut käyttäväni painotuotteiden teksteissä Myriad Prota ja logon teksti ei erottunut siitä tarpeeksi. Selailin internetissä fonttisivustoja, josta yritin löytää logoon sopivan fontin. Lopulta silmiini osui Quartzite, joka vaikutti sopivalta fontilta tarkoitukseeni. Halusin myös tekstiin kolmiultteisuutta, jonka vuoksi jouduin hieman muokkaamaan kirjaimia; leventämään ohuita poikkiviivoja. Tämän fontin o-kirjaimen malli sopi täydellisesti palkin pyöristettyjen kulmien kanssa. Lopulta sain tehtyä logon, joka oli se lopullinen.



Uusi logo.

Seuraava askel suunnittelussa oli logon eri käyttömahdollisuudet ja muut variaatiot. Halusin tehdä logosta kaksi erilaista vaihtoehtoa eri käyttötarkoituksiin. Logo, jonka juuri olin suunnitellut, olisi Offset-Kolmion virallisempi logo. Toisesta logosta tein vähän epävirallisemmissa yhteyksissä käytettävän logon. Tällä tavoin saisin lomakkeisiin hieman elävyyttä. Tämä toinen versio on kulmaan sijoitettava logo. Näin saisin ok-merkin näkyväm-

mäksi. Ovaalin suunnasta johtuen sen sijoituspaikaksi tuli oikea yläkulma. Vasemmassa kulmassa se menettää ilmeikkyytensä ja näyttää ahdetulta. Logon tulisi olla mahdollisimman monikäyttöinen, joten ajattelin, että logoa voisi käyttää myös ilman palkkia.

Mustavalkoisessa mainonnassa logoa käytetään harmaasävykuvana, jolloin se säilyttää kolmiulotteisuutensa.



Rajattu, oikeaan kulmaan sijoitettava logo.



Logo ilman palkkia.



Rajattu logo vasemmassa kulmassa, jota ei tulla käyttämään.



Harmaasävylogo mustavalkomainontaan.

Suunnittelemani logo on kolmiulotteinen ja siinä on liukuvärejä eikä sitä voida käyttää jokapaikassa teknisistä syistä johtuen. Tästä syystä siitä tarvitsi tehdä myös kompaktiväripintainen versio, myös mustavalkoisena. Näistä versioista on poistettu kaikki kolmiulotteisuus.



Kompaktiväripintainen logo.



Yksivärinen kompaktipintainen logo.



Yksivärinen kompaktipintainen logo, voidaan käyttää myös sinisenä. Tätä versiota voidaan käyttää myös tummalla pohjalla.

Värimäärittelyt



TUMMA SININEN

C - 95 %

M - 65 %

K - 25 %

PMS 662



VAALEA SININEN

C - 100 %

M - 35 %

PMS 3005



Muuta ilmettä logoon

Logossa oleva ok-merkki on selkeä, suunnittelin sen preeglattavaksi eli kohotettavaksi. Tätä tehosteina ajattelin käytettäväksi lähinnä käyntikortteissa. Samoin sitä voisi käyttää esimerkiksi kutsuissa tai vastaavissa.



Fontin valinta

Käytettävästä kirjaintyyppistä oli sovittu antikvaattyyppisen Garamondin vaihtaminen johonkin groteskiin tyyppiin. Uuden kirjaintyyppin ostamiseen ei haluttu ryhtyä useasti tapahtuvan ilmeen uudistamisen vuoksi.

Olin alusta asti ajatellut Myriad Pron olevan sopiva fontti. Pitkään vertailtuani käytössäme olevia fontteja se osoittautuikin parhaimmaksi vaihtoehdoksi. Myriad Pro tuli valituksi siksi, että se on kaunis ja nykyaikainen fontti. Sen laaja leikkausten valikoima mahdollistaa monenlaisen käytön. Yksi tärkeimmistä kriteereistäni oli gemenanumeroiden käyttömahdollisuus ja sehän Myriad Prossa on. Sen käyttökohteina ovat kaikkien lomakkeiden tekstit sekä esitteiden leipäteksti. Esitteisiin valitsin otsikoissa käytettäväksi Myriad Prohon sopivan antikvan, Warnock Pron samoista syistä. Tehostefontiksi valitsin Caflich Script Pro Regularin.

Myriad Pro on eloisa humanistinen groteski ja sen luettavuus on erittäin hyvä. Se sopii käytettäväksi renessansiantikvojen kanssa, koska sen perusmuoto ja mittasuhteet ovat samat (Markus Itkonen).

Myriad Pron on suunnitellut Robert Slimbach ja Carol Twombly vuonna 1992. Warnock Pron ja Caflich Script Pron (julkaistu ensimmäisen kerran vuonna 1993, open type julkaistu vuonna 2001) on suunnitellut samainen Robert Slimbach. (www.adobe.com/type, 27.10.2006)

Myriad Pro Regular
AaBbCcDdEeFfGgHh
IiJjKkLlMmNnOo
PpQqRrSsTtUuVv
WwXxYyZzÅåÄäÖö@
1234567890
1234567890

Myriad Pro Italic
AaBbCcDdEeFfGgHh
IiJjKkLlMmNnOo
PpQqRrSsTtUuVv
WwXxYyZzÅåÄäÖö@
1234567890
1234567890

Warnock Pro Semibold
AaBbCcDdEeFfGgHh
IiJjKkLlMmNnOo
PpQqRrSsTtUuVv
WwXxYyZzÅåÄäÖö@
1234567890
1234567890

Caflich Script Pro Regular
AaBbCcDdEeFfGgHhIiJjKkLlMm
NnOoPpQqRrSsTtUuVvWw
XxYyZzÅåÄäÖö@
1234567890

Myriad Pro Bold
AaBbCcDdEeFfGgHh
IiJjKkLlMmNnOo
PpQqRrSsTtUuVv
WwXxYyZzÅåÄäÖö@
1234567890
1234567890

Myriad Pro Bold Italic
AaBbCcDdEeFfGgHh
IiJjKkLlMmNnOo
PpQqRrSsTtUuVv
WwXxYyZzÅåÄäÖö@
1234567890
1234567890

Warnock Pro Italic
AaBbCcDdEeFfGgHh
IiJjKkLlMmNnOo
PpQqRrSsTtUuVv
WwXxYyZzÅåÄäÖö@
1234567890
1234567890

Paperin valinta

Oli aika miettiä käytettävää paperia. Minulla oli selkeä mielikuva siitä, millaista paperia haluaisin käyttää. Ympäristöystävällisistä näkökulmista huolimatta en halunnut käyttää harmahtavaa Cyclusta enkä mitään kellertävääkään paperia. Halusin valkoisen, sileäpintaisen, mutta päällystämättömän paperin. Sileä pinta oli tärkeää siksi, että logon liukuvärit ja kolmiulotteisuus tulisivat hyvin esille. Muita kriteerejä olivat lomakkeiden arkistointikelpoisuus ja tulostettavuus lasertulostimella. Hyvä olisi jos paperilla olisi ympäris-

töystävällisiä arvoja. Valkoinen ja sileä paperi siksi, että se mielestäni antaa laadukkaamman mielikuvan.

Näytekansioita selaillessani löysin juuri sen mitä olin etsinytkin. Löysin paperin Map Suomi Oy:n valikoimista joka oli minulle entuudestaan tuttu 4CC. Se on kirkkaan valkoinen, pinta on kova ja tasainen mutta päällystämätön. Lisäksi se on myös arkistointi- ja tulostuskelpoista. Paksuuksia siitä löytyy 90–300 g/m², eli sopivia paksuuksia kaikkeen tarvitsemaani – joutsenmerkki löytyi 90–130 g/m² paksuisista paperista.

Suunnittelua ja sommittelua

Saatuani logon valmiiksi sekä käytettävät fontit ja paperit valittua, aloin miettiä painotuotteiden ulkoasuja. Miten sijoittaisin eri elementit niihin ja miten saisin aikaiseksi yhtenäisen visuaalisen ilmeen.

Tällä hetkellä käytössä olevat lomakkeet ovat toimivia, joten suuria muutoksia en halunnut niihin tehdä. Tehtäväkseni siis jäi uuden logon ja ilmeen soveltaminen. Osaa käyttämistämme lomakkeista ei ole uusittu edellisen uudistuksen mukaiseksi, mutta nyt tarkoitus olisi saada koko lomakkeisto yhdenmukaiseksi.

Aloitin suunnittelun etsimällä yhteiset, tunnistettavat elementit painotuotteisiin. Logon lisäksi valitsin toivottuja luontoaiheisia kuvia. Päädyin viiteen tarkoitukseen sopivaan kuvaan. Kuvien aiheista löytyy kolme peruselementtiä; maa, vesi ja ilma. Neljäs peruselementti – tuli, ei varsinaisesti ole mukana, vaikkakin sen voi löytää hehkuvasta taivaasta. Näiden kuvien avulla tuon esiin luonnon ja ympäristöystävällisyyden.

Toiseksi yhteiseksi elementiksi logon lisäksi valitsin logossa käytetyn sinisen palkin. Tämän ajattelin www-osoitteen sijoituspaikaksi, koska osoitteen toivottiin olevan näkyvästi esillä. Näiden kolmen elementin avulla pystyn uudistamaan Offset-Kolmion ilmeen yhtenäiseksi ja raikkaaksi.



Kirjelomakkeesta se lähti

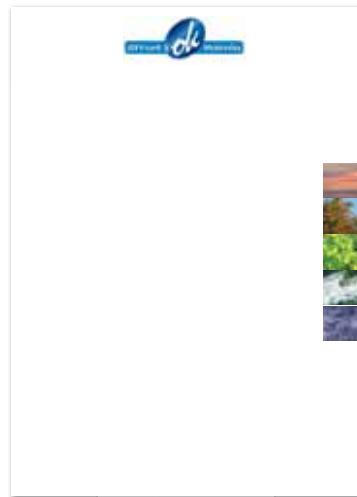
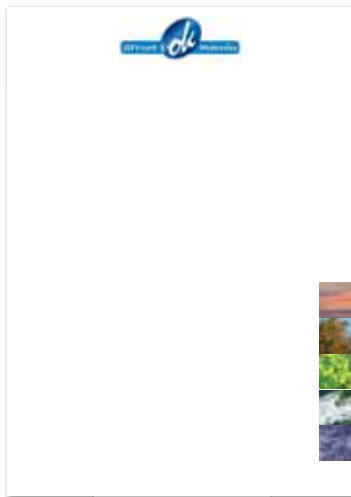
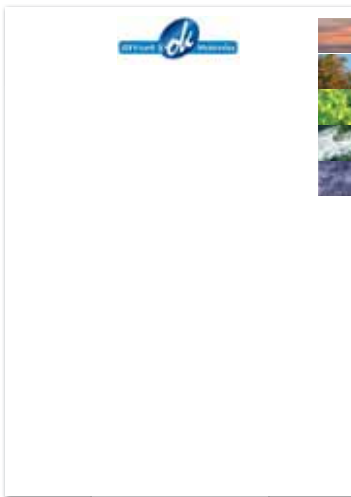
Aloitin painotuotteiden suunnittelun kirjelomakkeesta. Vanhassa lomakkeessa logo on sijoitettu vasempaan yläkulmaan. Tähän paikkaan en kuitenkaan halunnut sitä nyt sijoittaa, koska paperiden ollessa mapitettuna, sitä on vaikea havaita sieltä. Halusin kirjelomakkeeseen ja kirjekuoreen samanlaisen asettelun, joten jouduin lomakkeen suunnittelun lomassa pohtimaan myös kirjekuorien asetteluita. Kirjekuoriin logoa ei voi sijoittaa oikeaan yläkulmaan, koska se paikka on varattu postimerkille tai postituskoneen leimalle. Tämän vuoksi kirjelomakkeessa logon lähes ainoaksi paikaksi jäi keskikohta.

Kuvasarjan muodoksi kokeilin Offset-Kolmion nimen johdosta kolmiota, mutta sellaisessa muodossa kuvat eivät pääse oikeuksiinsa. Päädyin neliön mallisiin kuviin. Paikaksi kuville testasin eri kohtia oikeassa reunassa, vasemmassa reunassa

kuvat jäisivät liian piiloon. Ylös sijoitettuna lomakkeesta tuli liian yläpainotteinen ja vastaavasti alas sijoitettuna liian alapainotteinen. Paikaksi vahvistui siis lomakkeen keskikohta. Tällätavoin kuvien ylä- ja ala puolelle jäi riittävästi ilmaa.

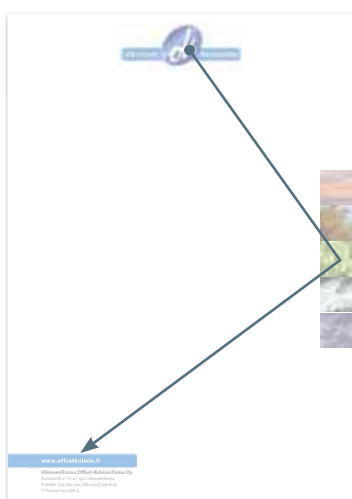
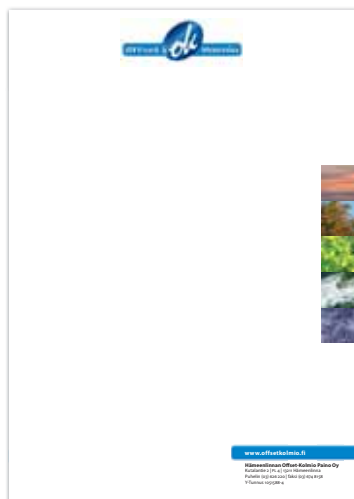
Oikealla kuvat kolmioon sijoitettuna.

Alhaalla kuvasarjan eri sijoittelumahdollisuuksia.



Muiden elementtien sijoittelun vuoksi palkille ei jäänyt oikeastaan kuin yksi mahdollinen paikka, vasen alakulma. Oikeaan reunaan sijoitettuna lomakkeen painopiste on liiaksi oikealla ja vasen reuna jää liian tyhjäksi. Päädyn vasempaan ala-

kulmaan tasapainoisuuden vuoksi, vaikka mapiteissa lomakkeissa tiedot jäävätkin vähän piiloon. En kuitenkaan pidä sitä pahana, koska lomakkeen keskellä oleva logo on kuitenkin hyvin havaittavissa.



KIRJELOMAKE A4

210 × 297 mm,
100 g/m² 4CC.

Käytetyt fontit

Myriad Pro Bold 9/10

Myriad Pro Regular 8/10

Katseen kulkureitti
kirjelomakkeessa.

7 mm

31 mm



Vaakasuunnassa
keskellälomaketta.

2,5 mm

7 mm



Kuvien koko 20 × 20 mm,
välit 0,7 mm.

Tekstin ja kuvien väliin
jätettävä tilaa 20 mm.

20 mm

20 mm



Tein myös toisen kirjelomakkeen epävirallisempaan käyttöön, jossa sijoitin logon oikeaan yläkulmaan. Tämä tapa on Suomessa melko vähän käytetty, mutta muualla maailmassa sitä käytetään melko yleisestikin. Tällä asettelulla halusin tuoda itse ok-merkin näkyvämmäksi. Tarvittaessa tästä versiosta voidaan tehdä A5-kokoinen tai pienempi muistilehtiö.

Kirjelomakkeet tehtyäni, minulla oli hyvä pohja tehdä muut painotuotteet saman kaavan mukaisesti.

Kuten jo aiemmin totesin, vanhat lomakkeet ovat toimivia ja niitä on totuttu käyttämään. Tästä syystä en lähtenyt niiden sisältöä enkä asioiden järjestyksiä suuremmin muuttamaan. Joten muihin lomakkeisiin jäi uuden ilmeen soveltaminen. Kirjekuoret kokivat kirjelomakkeen ohessa suurimmat muutokset.



Katseen kulkureitti logon ollessa oikeassa yläkulmassa.

31 mm



Kirjekuorien erityisvaatimukset

Käytössämme on kaksi erilaista kirjekuorta. Ensimmäinen niistä on E4-kokoinen ikkunalla varustettu, pystymallinen kuori. Sitä käytetään laskutuskuorena. Painoteknisistä syistä kuvia ei tässä tapauksessa voitu sijoittaa aivan reunaan, koska kuoren läppä sijaitsee tässä reunassa. Painettaessa kuoren läppäreuna on koneen naukkarissa. Naukkari on painokoneen mekanismi, jolla tartutaan painoark-

kiin tai kirjekuoreen painamistapahtumassa. Painokoneiden naukkarimekanismi vaatii yleensä n. 10 mm:n naukkarivaran, joka on alue jolle ei voida painaa. Toinen käytössämme oleva kirjekuori on normaali vaakamallinen C4-kuori. E4-kuoresta poiketen tässä viiden kuvan kuvasarja menee reunaan asti, koska tässä kuoressa läppä on yläreunassa (Pertti Koskinen ja Inforviestintä).



Naukkarit ja naukkarivara.



Naukkarin vaatima alue, jolle ei voida painaa arkkioffsetkoneella.



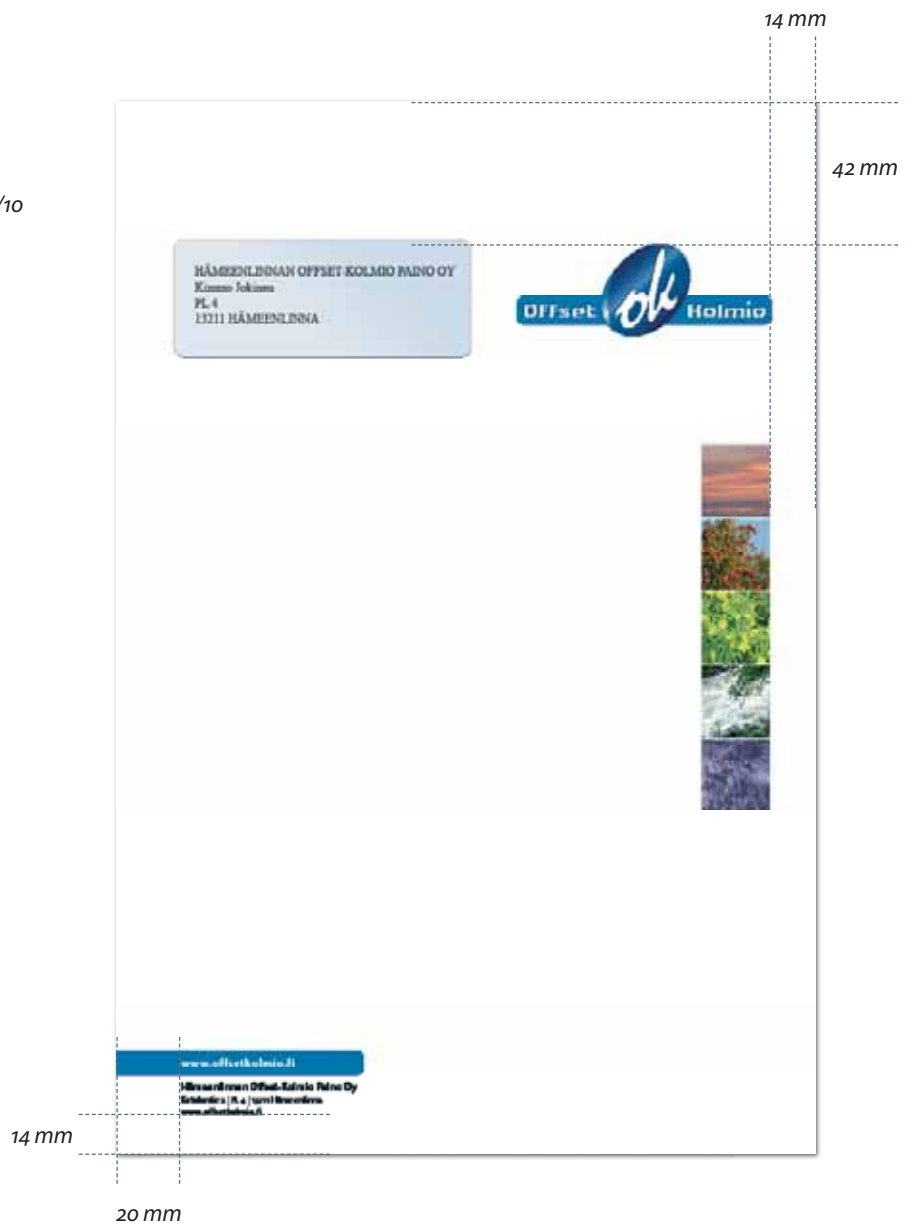
KIRJEKUORI E4

220 x 311 mm

Käytetyt fontit

Myriad Pro Bold 9/10

Myriad Pro Regular 8/10



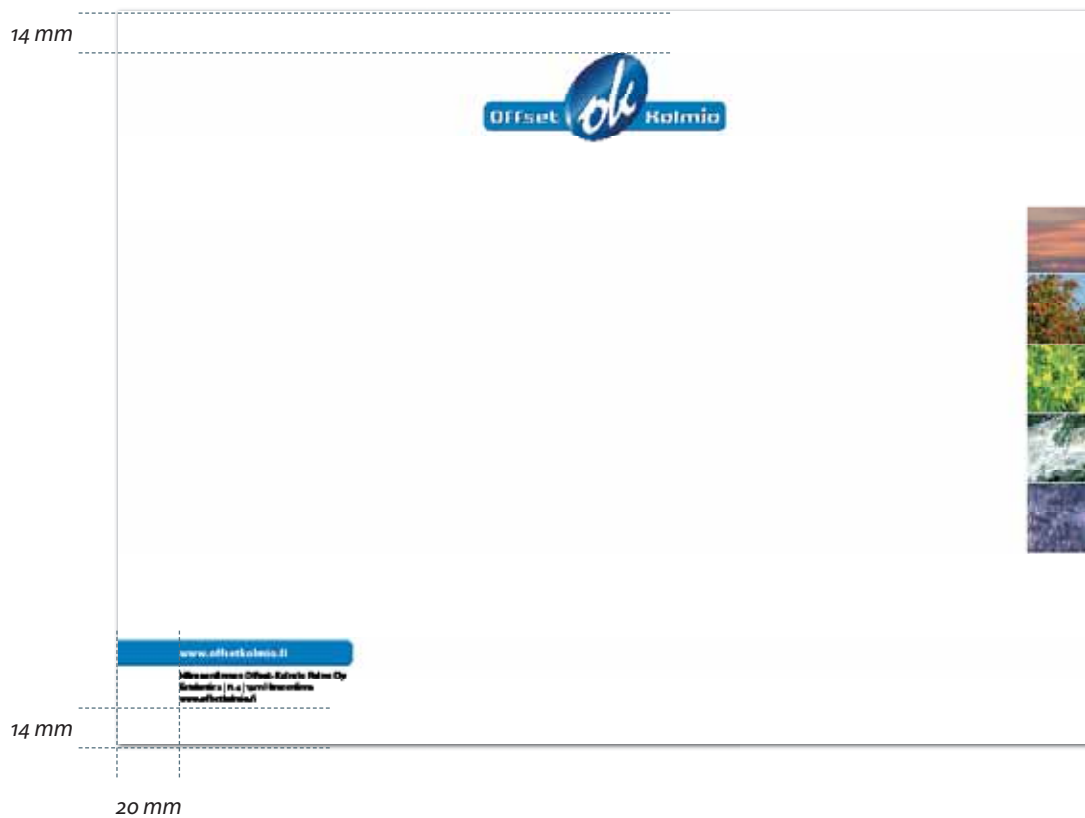
KIRJEKUORI C4

323 × 229 mm

Käytetyt fontit

Myriad Pro Bold 9/10

Myriad Pro Regular 8/10



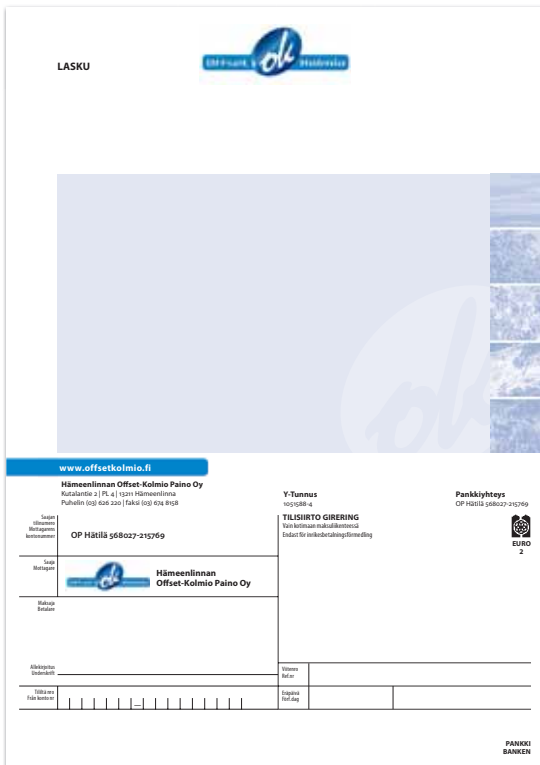
Muut tuotteet

Laskulomakkeesta tein muista poiketen hieman värittömämmän, koska laskun ei ole hyvä olla liian pramea. Laskujen maksu ei koskaan ole mukavaa, joten asiakkaille ei saa tulla tunne siitä, että "minähän tuonkin painamiset maksan".

Lisäksi lomakkeistoon kuuluu kaksiosainen käteiskuitti ja kaksi erilaista lähetettä, joista toinen on keskeltä peferoitu lomake ja toinen on kaksiosainen itsejäljentävä. Jokaiselle, asiakkaiden kanssa tekemisissä olevalle henkilölle on tehty omalla nimellä varustettu saatelomake. Sen

korostettuun kirjoitusalueeseen on tehty kevyt viivoitus kirjoittamisen helpottamiseksi, koska saatteet kirjoitetaan käsin. Osoitetarra, jota käytetään laatikoissa ja lavoissa, kuului myös tehtäviin tuotteisiin.

Yksivärisiä, mustia lomakkeita ovat faksi-saate sekä talon sisäinen tilaus- ja tarjouspyyntö-lomake. Yksivärisyys johtuu siitä, että kummasakaan ei ole tarvetta käyttää värejä. Faksissa ne eivät toimi ja tilaus- ja tarjouspyyntö-lomakkeessa ne ovat turhia ja yksivärisyys on huomattavasti edullisempaa.



LASKU

OK Hämäläinen

www.offsetkolmio.fi

Hämeeinnan Offset-Kolmio Paino Oy
Kustantia 2 | PL 4 | 15211 Hämeennina
Puhelin (09) 406 110 | Faksi (09) 406 8928

OP Hätilä 368027-215769

Y-Tunnus
300380-4

Pankkiyhteys
OP Hätilä 368027-215769

EURO 2

TILSIIRTO GIRERING
Tän kottinaan mallillanensa
Lähetä toiselle henkilölle

www.offsetkolmio.fi

Hämeeinnan Offset-Kolmio Paino Oy
Kustantia 2 | PL 4 | 15211 Hämeennina
Puhelin (09) 406 110 | Faksi (09) 406 8928

PANKKI
BANKEN

LASKULOMAKE A4

210 x 297 mm,
100 g/m² 4CC.



OK Hämäläinen

KÄTEISKUITTI

Määrä

Perustiedot

Perustiedot

Perustiedot

Perustiedot

Perustiedot

www.offsetkolmio.fi

Hämeeinnan Offset-Kolmio Paino Oy
Kustantia 2 | PL 4 | 15211 Hämeennina
Puhelin (09) 406 110 | Faksi (09) 406 8928

Hämeeinnan Offset-Kolmio Paino Oy
Kustantia 2 | PL 4 | 15211 Hämeennina
Puhelin (09) 406 110 | Faksi (09) 406 8928

KÄTEISKUITTI A6

105 x 148 mm
2-osainen,
itsejäljentävä,
valkoinen-keltainen.



LÄHETE A4
210 × 297 mm
100 g/m² 4CC.

Perferointi



LÄHETE A5
148 × 210 mm
2-osainen,
itsejäljentävä,
valkoinen-
keltainen.



SAATE A5
148 × 210 mm,
100 g/m² 4CC.

OSOITETARRA
115 × 108 mm.



Faksi



Vastaanottaja
Lähetäjä
Sivuja (ml. saate)
Säilytys
Päivämäärä ja aikajänne

YHTEYSTIETOIMME
Faksi (09) 6948 138

Suomen	Kimmo Jokinen (09) 696 2281	Hannu Eimerinen (09) 696 2282
	Jeanne Virtanen (09) 696 2284	Merita Järvi (09) 696 2283
	Matti Kaasola (09) 696 2285	Ritva Hammarberg (09) 696 2284
	Juha Mäkelä (09) 696 2286	Veikko (09) 696 2285

sähköposti: etunimi.sukunimi@offsetholmio.fi tai ok@offsetholmio.fi

FAKSISAATE A4
 210 x 297 mm.

TILAUS- JA TARJOUSPYYNTÖLOMAKE A5
 148 x 210 mm.

**TILAUS
TARJOUSPYYNTÖ**

PVTM _____

Tilaa _____

Alaa hoitaa _____

Dioste _____

Puhelin _____

Faksi _____ Sähköposti _____

Työ _____ Vanha _____


Kgf _____ Koko _____ Sivua-kannet _____ Uusi _____

Paperi - sivut _____ Kannet _____

Wdos pvm _____ Postilla _____ Sähköpostilla _____ Valmis pvm _____

Fakilla _____ Tuloo katsomaan _____

Lisätietoja _____



Käyntikortit ovat yksi tärkeimmistä markkinointimateriaaleista ja sen on luotava hyvä vaikutelma. Tehosteeksi kortteihin suunnittelin ok-merkin kirjainten preeglausta eli kohotusta.

Käyntikorttikoteloon, jota emme ole aikaisemmin tehneet, on tarkoitus pakata asiakkaille toimitettavat käyntikortit tyylikkästi ja siististi. Hyvin pakkattuna asiakas saa kortit siisteinä. Aiemmin käyntikortit on niputettu vain kuminauhoilla.

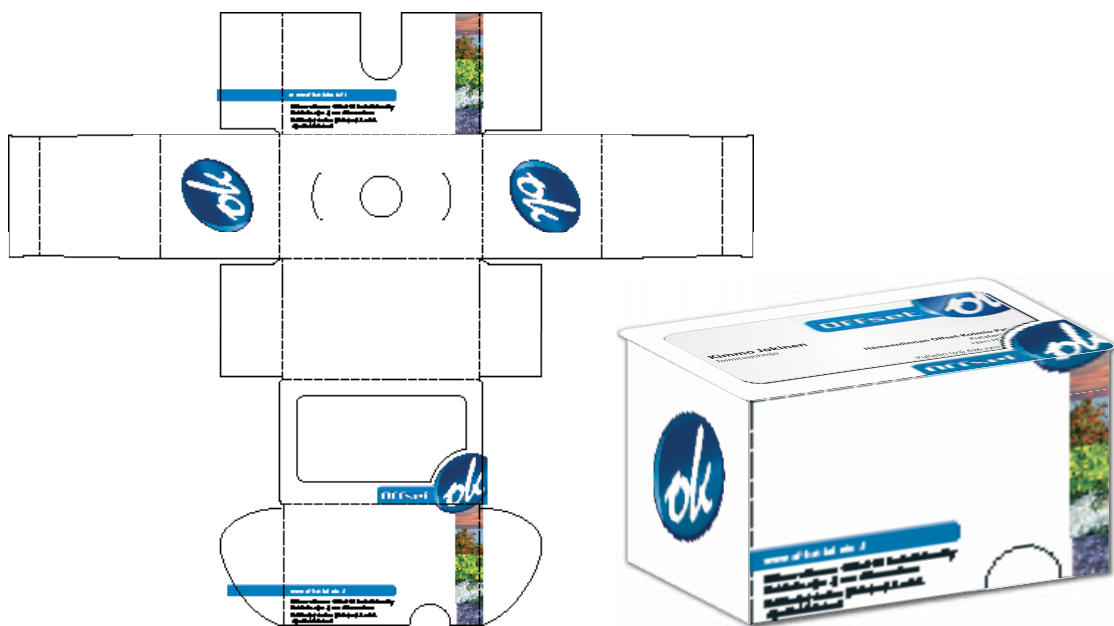


KÄYNTIKORTTI

90 x 55 mm
300 g/m² 4CC.

KÄYNTIKORTTIKOTELO

250 g/m² 4CC.



Kansio, jota käytetään pääsääntöisesti vedosten lähettämiseen postissa. Kansion rakenne on valmiin, olemassaolevan kansion stanssin mukainen. Uutta mallia en lähtenyt tekemään, koska kustannukset pitää pysyä mahdollisimman pieninä.

KANSIO

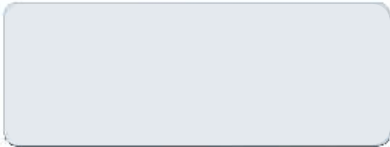
220 x 310 mm

250 g/m² 4CC.

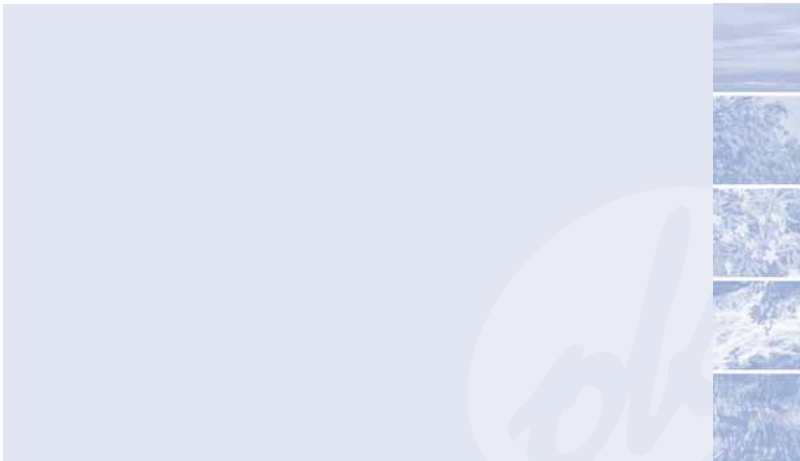


Erillistä graafista ohjeistusta en katso tarpeelliseksi tehdä, koska teemme kaikki tuotteet itse. Samoin teemme myös mahdolliset mainos- ja ilmoitusmateriaalit. Kaikki tarvittavat mitat, etäisyydet ja rajaukset löytyvät tekemistäni piirroksista. Kaikista tuotteista jää myös avoimet In Design- ja Photo Shop-tiedostot käyttöön, joiden avulla tarvittavat muutokset ja uudet materiaalit voidaan tehdä.





LASKU



www.offsetkolmio.fi

Hämeenlinnan Offset-Kolmio Paino Oy
Kutalantie 2 | PL 4 | 13211 Hämeenlinna
Puhelin (03) 626 220 | faksi (03) 674 8158

Saajan
tilinumero
Mottagarens
kontonummer

OP Hätilä 568027-215769

Saaja
Mottagare



**Hämeenlinnan
Offset-Kolmio Paino Oy**

Maksaja
Betaltare

Allekirjottus
Underskrift

Y-Tunnus
1051588-4

TILISIIRTO GIRERING
Vain kotimaan maksoliikenteessä
Endast för inrikesbetalningsförmedling

Pankkiyhteys
OP Hätilä 568027-215769



EURO
2

Viteero
Ref.nr

Eragäva
Förfdag

Tiliä nro
Från konto nr

PANKKI
BANKEN



www.offsetkolmio.fi

Hämeenlinnan Offset-Kolmio Paino Oy
Kutalantie 2 | PL 4 | 13211 Hämeenlinna
Puhelin (03) 626 220 | faksi (03) 674 8158



www.offsetkolmio.fi

Hämeenlinnan Offset-Kolmio Paino Oy
Kutalantie 2 | PL 4 | 13211 Hämeenlinna | Puhelin (03) 626 220 | faksi (03) 674 8158 | info@offsetkolmio.fi

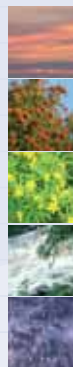
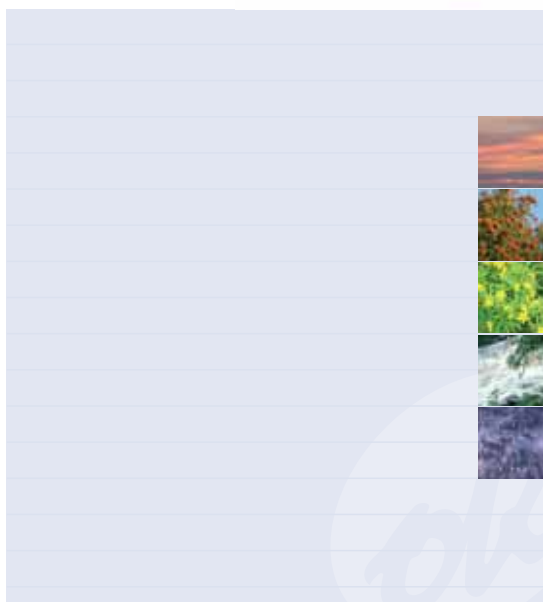


Kimmo Jokinen
Toimitusjohtaja

Hämeenlinnan Offset-Kolmio Paino Oy
Kutalantie 2 | PL 4
13211 Hämeenlinna

Puhelin (03) 626 221 | 0500 735 965
Faksi (03) 617 1945
kimmo.jokinen@offsetkolmio.fi

www.offsetkolmio.fi



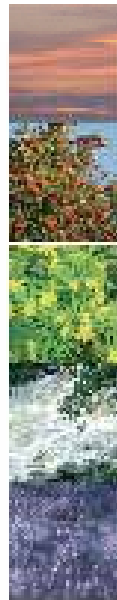
www.offsetkolmio.fi

Hämeenlinnan Offset-Kolmio Paino Oy
Kutalantie 2 | PL 4 | 13211 Hämeenlinna
Puhelin (03) 626 220 | faksi (03) 674 8158
Y-Tunnus 1051588-4

www.offsetkolmio.fi

Hämeenlinnan Offset-Kolmio Paino Oy
Kutalantie 2 | PL 4 | 13211 Hämeenlinna
Puhelin (03) 626 220 | faksi (03) 674 8158

Kimmo Jokinen
Puhelin (03) 626 221 | faksi (03) 617 1945
kimmo.jokinen@offsetkolmio.fi



www.offsetkolmio.fi



Lopuksi

Prosessin arviointi

Olen työskennellyt Hämeenlinnan Offset-Koimio Paino Oy:ssä vuodesta 2002 lähtien, joten yrityksen historia ja toimintatavat ilmeen uusimisen suhteen olivat minulle vieraita. Saadessani toimeksiannoksi työnantajaltani, Kimmo Jokiselta, Offset-Kolmion ilmeen uudistamisen, olin aluksi innoissani. Jonkin aikaa asiaa pohdittuani, minua alkoi hirvittää, pystyisinkö suoritumaan annettu tehtävästä; aikaisempaa kokemusta minulla ei yritysilmeen luomisesta ollut.

ok-merkin säilyttäminen logossa, teki työstäni entistä haasteellisemmän, koska merkki on melko naiivi ja halvan näköinen. Siitä huolimatta piti saada aikaiseksi tyylikäs ja ajanmukainen logo. Kun sain käteeni kaikki Offset-Kolmion aikaisemat logot, ihmettelin niiden usein tapahtunutta vaihdosta. Käsitykseni kuitenkin oli, että logon tulisi kestää aikaa jopa kymmeniä vuosia. Minulle kerrottiin, että yrityksellä on ollut tapana uusia ilmettään ja logoa kohtalaisen usein kehityksen ja ajanmukaiseksi. Tämä tieto helpotti oloani, rima ei olisikaan pilvissä, tekemäni uudistuksen ei olekaan tarkoitus kestää kymmeniä vuosia.

Itse logon suunnittelu oli ehkä projektin vaikein osa. Se veikin työajastani suurimman osan. Monien kokeilujen jälkeen jouduin muutamaan otteeseen palaamaan lähtöruutuun, mutta näiden takapakien johdosta uskon oppineeni paljon. Väillä tuhertelu tuntui turhauttavalta ja melkein teki mieli luovuttaa, keksiä uusi aihe ja aloittaa täysin alusta. Jostain sain kuitenkin taas voimia rämpiä eteenpäin. Asiakaskyselyn ja muun tutkiskelun jäl-

keen aloin vihdoinkin päästä eteenpäin ja sain logon tehtyä.

Logon valmistumisen jälkeen loppu alkoi sujua jo huomattavasti kivuttomammin. Eteneminen ei enää tuntunut rämpimiseltä. Fonttien ja paperien valinta sujui helposti. Jos vaatimuksiani täyttävää paperia ei olisi löytynyt, olisin joutunut miettimään mistä ominaisuuksista olisin ensin luopunut. Näin jälkikäteen ajatellen, olisin ehkä joutunut tyytymään saman paperintoimittajan Data Copy-paperiin.

Valitessani yritysilmeen yhteisiä elementtejä, valituksi tuli kolme erilaista elementtiä; logo, kuvat ja palkki. Samoin kuvien sisällöistä löytyi varsinaisesti kolme peruselementtiä. Nämä ”kolmoset” huomasin vasta jälkeenpäin tarkastellessani niitä. Olin ilmeisesti alitajuntaisesti valinnut juuri nämä määrät. Joten sain sittenkin mukaan alkuvaiheessa havitteleman numeron kolme ujutetuksi lomakkeistoon. Tästä tuloksesta olen hyvin tyytyväinen, koska mielestäni se sopi hyvin haluttuun ilmeeseen. Vaikkakin uskon, ettei kukaan asiakkaistamme asiaa huomaa eikä tarvitsekaan. Riittää, että itse tiedän sen.

Lomakkeiden asettelujen kokeilu oli mieleenkiintoista puuhaa. Oli kiinnostavaa kokeilla ja nähdä kerrankin ajatuksen kanssa, kuinka erilaiset sommitelmat muuttivat koko olemuksen. Normaaleissa työoloissa ei juurikaan analysoinneille jää aikaa. Tämän projektin aikana olen tutkinut ja pohtinut monenlaisia asetteluita ja uskon tulevaisuudessa saavani aikaan paremmat asettelut pienemmällä vaivalla.

Käyntikorttikotelon suunnittelu oli erityisesti mieleeni, koska pakkaussuunnittelu on mielenkiintoista. Pakkausten rakenteen suunnittelu ja niiden toimivuuden testailu on mukavaa vaihtelua normaaleihin työrutiineihin.

Kaiken kaikkiaan tämä projekti on ollut erittäin mielenkiintoinen ja antoisa. Ylä- ja alamäkiäkin riitti, mutta niistä selvittiin ja opittiin paljon. Olen tyytyväinen, että uskalsin tarvittaessa aloittaa kaiken alusta. Opin paljon ja uskon, että vasta ajan kuluessa huomaan oppineeni vielä paljon enemmän. Monet asiathan ymmärretään vasta myöhemmin, eri asioiden yhteydessä.

Työn arviointi

Itse lopputulokseen olen kohtalaisen tyytyväinen. Paremmankin olisin ehkä saanut aikaiseksi, jos olisin vielä muutaman kerran aloittanut alusta. Omaa vaihtoehtoa en tällä kertaa tehnyt ajanpuutteen vuoksi. Mielessäni olen kyllä joitakin juttuja pohtinut.

Mielestäni sain ilmeeseen toivottua raikautta sekä vahvoja väripintoja. Ympäristöystävällisyyttä edustavat kuvavalinnatkin onnistuivat ihan hyvin. Logon kolmiulotteisuus on riittävä ja ok-merkin tunnistettavuus säilyi.

Kimmo Jokisen arviointi

Hämeenlinnan Offset-Kolmio on Hämeenlinnassa vuodesta 1968 asti erilaisia painotuotteita valmistanut yritys. Keskusteluissamme yrityksessä työskentelevän Jirkan mahdollisista opinnäytetyön aiheista yhtenä toteutuskelpoisena ajatuksena tuli esiin yrityksemme muutaman vuoden kuluttua pidettäviin 40-vuostisjuhliin liittyvä ilmeen uudistus. Erityisesti viimeisten 15 toiminnan vuotemme aikana tavaksemme on tullut uudistaa ja ajanmukaistaa yrityksemme ulkoista ilmettä aina viiden vuoden välein. Tämä sopi myös erinomaisesti Jirkan opinnäytetyön aikatauluun.

Tuodessamme säännöllisesti esiin yrityksemme merkittäviä toiminnan vuosia, haluamme siinä samalla aina uudistamalla yrityksen ulkoista ilmettä kertoa asiakkaillemme yrityksemme elävän mukana ajan hengessä, kehittyen, uudistuen ja mukautuen nykyaikaisiin vaatimuksiin. Tuomme näin asiakkaillemme esiin kuvan nykyaikaisesta kirjapainosta, joka käyttää tuotannossaan alan viimeisintä tekniikkaa, eikä pelkää muuttua ajan vaatimilla tavoilla. Se näkyy aina myös säännöllisesti tapahtuvina ulkoisen ilmeemme uudistumisina. Nyt tällä kertaa Jirkan opinnäytetyön muodossa toteutuneen ulkoisen ilmeen uudistuksessa, joka tullaan ottamaan käyttöön yrityksemme juhliessa neljää täyttä toiminnan vuosikymmentä vajaan kahden vuoden kuluttua.

Yrityksen ilmeen uusiutuessa olemme halunneet säilyttää näissä muutoksissa aina muutamia pitkää säilyneitä tuntomerkkejä. Näitä ovat noin 20 vuotta käytössä ollut OK-lyhenne ja yrityksemme tunnusvärinä perustamisesta käyttä-

mämme sininen väri. Nämä pitkään käytössä olleet tunnusmerkit mukana säilyttäen, Jirka lähti toteuttamaan yrityksellemme uutta visuaalista ilmettä.

Jirka toteutti toimeksiannon hyvin määrätietoisesti muutamia vaihtoehtoisia ajatuksia esittäen. Näissä kaikissa vaihtoehtoissa oli hyvin säilytetty halutut elementit. Lopullisen vaihtoehdon hahmotuttua, Jirka pystyi uudessa vaihtoehdossa tuomaan hyvin esiin vanhan OK-lyhenteen modernisoituna sekä siihen liittyvät muut elementit mielestäni hyvin nykyaikaisella tavalla hieman kolmiulotteisessa muodossa. Logon värimaailma säilyi yrityksemme koko historian käyttämänä sinisenä, kuitenkin mielestäni mukavalla, elävällä tavalla toteutettuna. Jirka hahmotti myös logon käytön erilaisissa tilanteissa ja vaihtoehtoissa erittäin hyvin tehden siitä hyvin toimivat versiot erilaisiin käyttötarkoituksiin.

Yhtenä tärkeä seikkana yrityksemme toiminnassa on myös ympäristökijät. Painettavissa materiaaleissa käytetyt luontokuvat tuovat hyvin esiin tätä näkökulmaa. Nämä kyseiset kuvat sopivat myös erittäin hyvin uudistetun logon yhteyteen antaen kokonaisuudesta hyvin raikkaan vaihtelun.

Kokonaisuudessaan katson Jirkan onnistuneen hyvin uuden ilmeen luomisessa ja uskon yrityksemme ottavan sen käyttöön 40-vuotis juhliksamme.

Hämeenlinnan Offset-Kolmio Paino Oy
Kimmo Jokinen
toimitusjohtaja

Kiitokset

Lämpimät kiitokset kaikille Teille, jotka olette tavalla tai toisella edesauttaneet työni syntymistä.

Hämeenlinnassa 8.11.2006

Jirka Messman

Lähteet

Juha Pohjola

Visuaalisen identiteetin johtaminen - Ilme, 2003

Markus Itkonen

Typografian käsikirja, RPS-yhtiöt, 2003

Hans Biedermann

Suuri symbolikirja, 2004

Viestin vuosisata

Hämeenlinnan Kirjatyöntekijöiden Yhdistys ry:n 100-vuotishistoria, 1999

Pertti Koskinen ja Inforviestintä

Hyvä painotuote, 2001

Internetlähteet

www.spirit-of-the-past.com, 27.04.2006

www.adobe.com/type

Kuvalähteet

Hans Biedermann

Suuri symbolikirja, 2004

B. Martin Pedersen, Vanessa Fogel & Ryan Brunette

Graphic letterhead 6, 2004

Takenobu Igarashi

Letterheads: collection from around the world, 1989

Muut lähteet

Kimmo Jokinen, toimitusjohtaja

Keskustelut, 2005–2006

Muuta kirjallisuutta

Rockport design

Letterhead & logo design 6

P.I.E Books

New business card graphics 2

B. Martin Pedersen, Marisa Bulzone

Graphics letterhead 1

David E. Carter, Colins design

American corporate identity 2006, 2006

Tapani Huovila ja Inforviestintä

"look" - visuaalista viestisi, 2006

Riitta Brusila (toim.)

Typografia - Kieltä vai visuaalisuutta, 2002