

JOKOJO

**Luovan suunnittelutoimiston
brändi-ilme**

Ella Hakkarainen



LAHDEN AMMATTIKORKEAKOULU

Media-ala

Mediasisällön suunnittelu

Jokojo Oy:n brändi-ilme

Kevät 2019

Ella Hakkarainen

Lahden ammattikorkeakoulu
Mediasisällön suunnittelu
Hakkarainen, Ella
Jokojo Oy:n brändi-ilme
Mediasisällön suunnittelun opinnäytetyö, 26 sivua, 9 liitesivua
Kevät 2019

Tiivistelmä

Opinnäytetyön aiheena on brändin visuaalisen ilmeen luonti. Työn toiminnalliseen osuuteen sisältyy tunnuksen, värimaailman ja typografian kokonaisvaltainen suunnittelu sekä graafisen ohjeiston suunnittelu ja toteutus. Yritykselle suunnitellaan myös käyntikortit ja nettisivu. Tavoitteena on toteuttaa visuaalisesti miellyttävä sekä kiinnostava ulkoasu, joka sopii yrityksen tarpeisiin ja imagoon.

Työn teoriaosuudessa käydään läpi logon, värimaailman sekä typografian merkitystä ja vaikutusta pienyrityksen brändisuunnitteluun.

Opinnäytetyön toimeksiantajana on turkulainen luova suunnittelutoimisto Jokojo Oy.

Avainsanat: graafinen suunnittelu, viestintä, visuaalinen ilme, yritys-ilme

Lahti University of Applied Sciences

Media Content Design

Hakkarainen, Ella

Jokojo Ltd's Brand Identity

Bachelor's Thesis in Media Content Design, 26 pages, 9 pages of appendices

Spring 2019

Abstract

The subject of this bachelor's thesis is creating a visual identity for a design agency. The work includes designing a logo, typography, and colours. Also a business card, website layout and graphic guideline are being created.. The goal is to create a pleasing and interesting visual identity, which will fit the needs and imago of the agency.

The theory part of this thesis will go through the importance of a logo, typography and colour theme regarding a small business and how they affect on designing a brand identity.

Key words: graphic design, communication, visual identity, corporate identity

Sisällysluettelo

1. Johdanto	6		
2. Visuaalinen ilme	7		
2.1 Visuaalisen ilmeen tarve	8		
2.2 Yritystunnus eli logo	9		
2.3 Typografia	10		
2.4 Värimaailma	11		
3. Ilmesuunnittelun vaiheet	12		
3.1 Yritystunnus	13		
3.2 Typografia	15		
3.3 Värimaailma	16		
3.4 Muu materiaali	17		
3.4.1 Käyntikortti	18		
3.4.2 Nettisivu	20		
3.4.3 Ikonit	22		
4. Jokojon ilmekooste	23		
5. Yhteenveto	24		
5.1 Arviointi	25		
6. Lähteet	26		

1. Johdanto

Tämä opinnäytetyö sisältää toiminnallisen sekä teoriaosuuden. Toiminnallisessa osuudessa suunnittelen Jokojo Oy:lle visuaalisen ilmeen ja teoriaosuudessa käyn läpi sen merkitystä suunnittelutoimistolle.

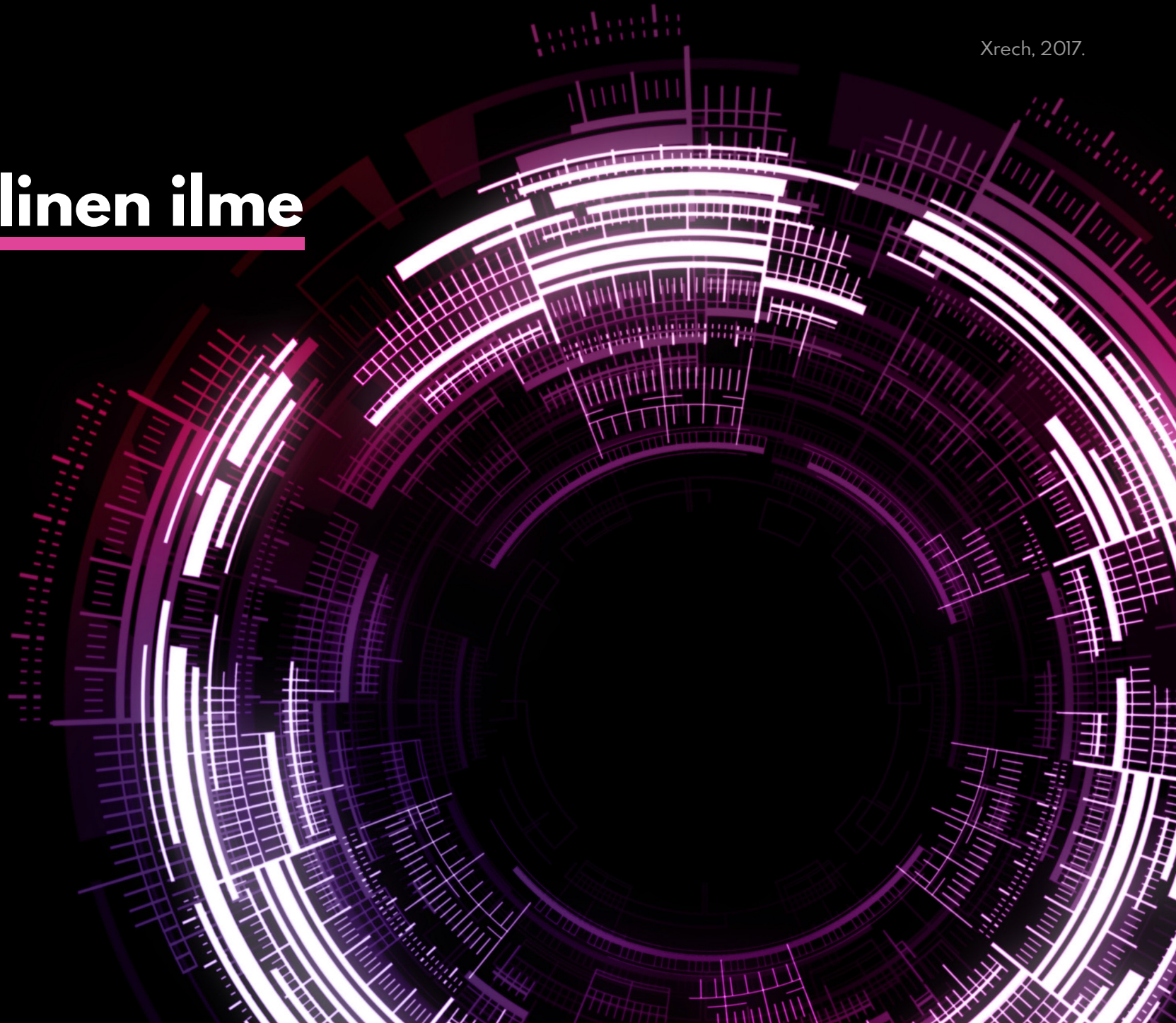
Jokojo on turkulainen, vasta perustettu suunnittelutoimisto, joka suunnittelee ja toteuttaa niin mainoksia kuin taide-esityksiäkin. Tarkoituksena on brändätä Jokojo ja toteuttaa sille moderni, asiakkaita houkutteleva ilme.

Päätimme toimeksiantajani kanssa työn sisältävän graafisen ohjeiston, joka käsittäisi yritystunnuksen, värimaailman ja typografian. Jokojolle suunniteltaisiin myös nettisivusto sekä käyntikortit.

Teoriaosuudessa käyn läpi, mitä visuaalinen ilme on ja mikä sen tekee, sekä sen merkitystä pienyritykselle. Käyn myös läpi yleistä tietoa yritystunnuksesta, typografiasta sekä värimaailmasta graafisessa suunnittelussa. Käytän erilaisia lähteitä sekä koulussa oppimaani tietoa pohjustuksena.

Opinnäytetyön päätteenä on liitetiedostona Jokojon graafinen ohjeisto.

2. Visuaalinen ilme



2.1 Visuaalisen ilmeen tarve

Nykypäivän laajan tarjonnan myötä on joukosta erottuminen yritykselle yhä tärkeämpää. Visuaalisella ilmeellä voidaan myös rajata, millaista asiakaskuntaa halutaan houkuttaa. Varsinkin luovalle suunnittelutoimistolle tämä on oleellista. Moderni ilme houkuttelee vastaavanlaista jälkeä haluavia asiakkaita, ja tämä on hyvä ottaa huomioon ilmettä suunnitellessa.. Koska Jokojo tekee paljon erilaisia projekteja, haluttiin ilmeestä innovatiivinen ja energinen.

Mitä visuaalinen ilme eli brändi-identiteetti sitten on? Pähkinänkuoressa se tarkoittaa, miten yritys haluaa asiakkaiden näkevän itsensä. Brändi koostuu elementeistä, kuten nimestä, logosta, tyylistä ja visuaalisista valinnoista, rakentaakseen positiivisen brändi-imagon. (Edmonds, 2019)

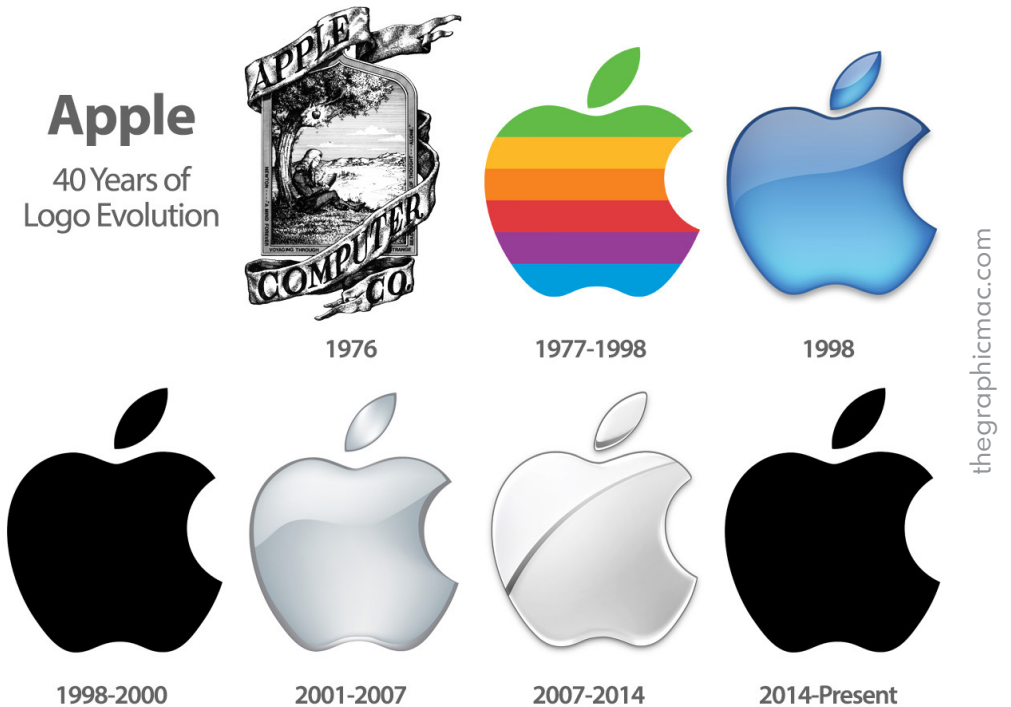


2.2 Yritystunnus eli logo

Jokaisella yrityksellä on oma yritystunnuksensa, johon tulen viittaamaan yleisnimityksellä logo. Logo voi olla teksti, kuva tai niiden yhdistelmä. Tekstiä ja kuvaa voidaan myös käyttötarpeen mukaan käyttää erikseen.

Vaikka samankaltaisia elementtejä käytetään usein, tulisi logon silti olla muista poikkeava tunnistettavuuden vuoksi. Hyvän logon voi tunnistaa jo kaukaa, eikä sitä sekoita muihin. Suurin osa logoista sisältää yrityksen nimen, mutta osa on tunnistettavia jo pelkän ikoninsa perusteella.

Kun yritysten logojen kehitystä tarkkailee, voi huomata että nykypäivänä muotia on yksityiskohtaisten kuviointien sijasta minimalistisuus. (May, 2019) Vaikka trendejä ei ole tietenkään pakollista seurata, voidaan niiden kuvitella tuntuvan ainakin sillä hetkellä miellyttäviltä ja tuoreilta.



Applen logon kehitys 1976 - 2014. Alkuperäinen logo oli erittäin yksityiskohtainen, mutta yksinkertaistui vuosi vuodelta. Vuosina 2001-2014 on nähtävissä senhetkinen logotyyli, joka painottui kolmiulotteisuuteen sekä materiaalin kuvastamiseen.

2.3 Typografia

Typografia tarkoittaa tekstin ja kirjasinten asettelua tekstin oikeanlaisen visuaalisen muodon luomiseksi. Siihen liittyy muun muassa kirjasintyyppin valinta, koko, väri, sanavälit sekä rivin pituus ja tasaus. (Timo, 2006) Typografian toimivuus digitaalisessa sekä painetussa mediassa on täysin erilainen, mutta tässä opinnäytetyössä keskityn digitaaliseen typografiaan ja sen merkitykseen.

Fontit eli tekstityypit voidaan karkeasti jaotella viiteen kategoriaan; serif-, sans serif-, monospace-, handwriting- sekä display-fontteihin. Näistä yleisimmät leipätekstityypit ovat serif sekä sans serif. Serif, eli päätteellinen fontti yhdistetään usein painettuun mediaan sekä perinteisempään typografiaan, siinä missä sans serif on päätteetön ja näyttää omaan silmääni hieman modernimmalta.

Serif

Sans serif

Monospace

Handwriting

DISPLAY

2.4 Värimaailma

Väreihin ja niiden valitsemiseen liittyy paljon psykologista merkitystä pelkän ulkonäön lisäksi. Tiettyjen värien koetaan viestivän tietynlaista tunnetta, mikä on hyvä ottaa huomioon värimaailmaa suunnitellessa.

Arhipova, Color in Design:
Influence on Users' Actions

Luotettava
Sivistynyt
Kokenut

Yksinkertainen
Rauhallinen
Puhdas

Itsevarma
Nuorekas
Voimakas

Ystävällinen
Lämmin
Energinen

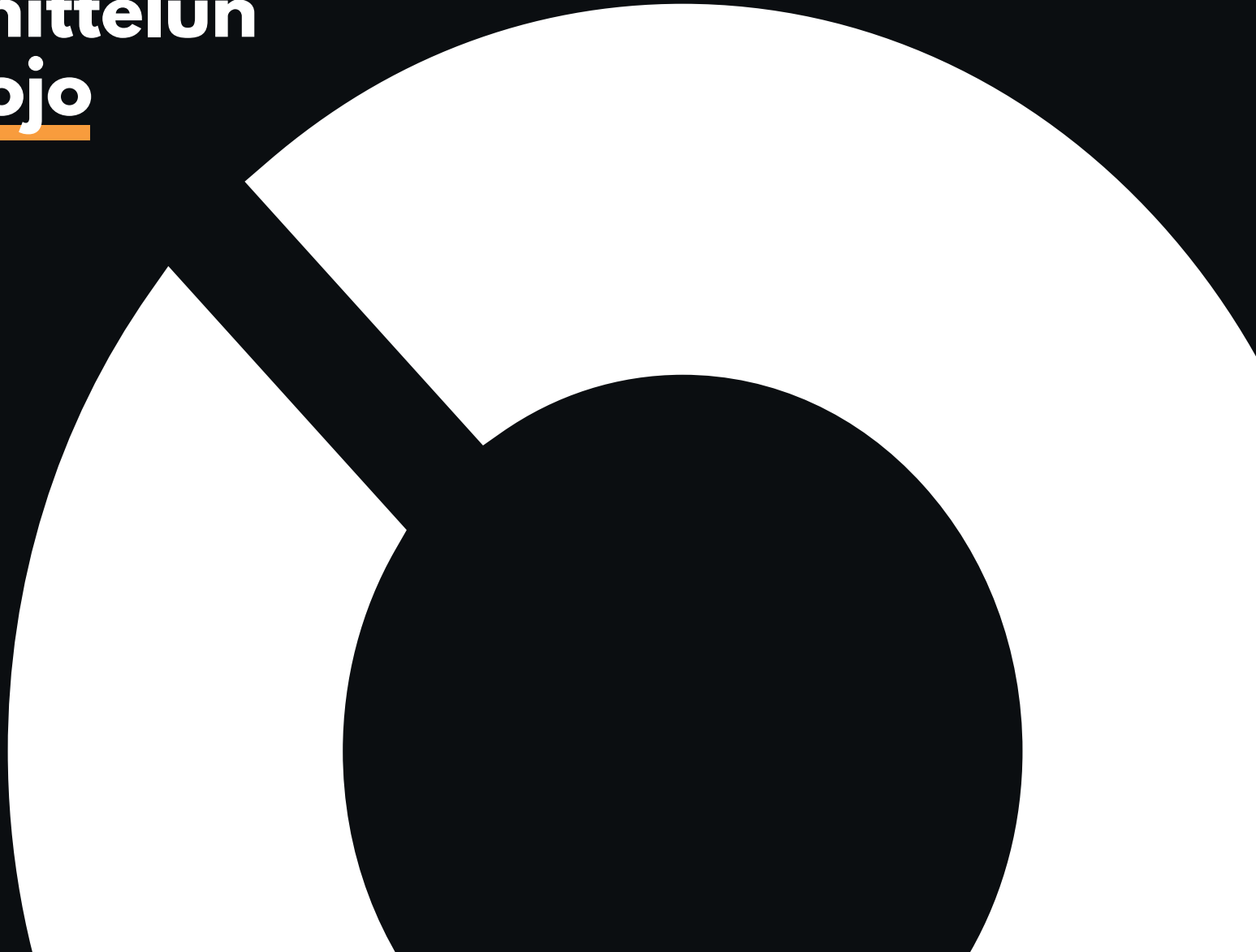
Iloinen
Optimistinen
Energinen

Rauha
Kasvu
Terveys

Luotettava
Turvallinen
Tasapainoinen

Ylellinen
Kekseliäs
Viisas

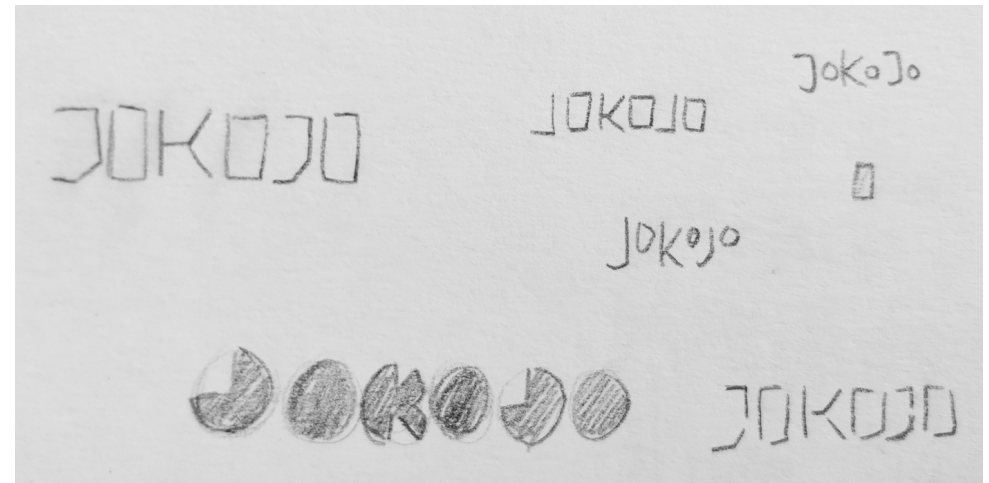
3. Ilmesuunnittelun vaiheet: Jokojo



3.1 Logo

Aloin suunnitella yritystunnusta eli logoa perinteisesti lyijykynällä paperille. Minulla oli alusta alkaen kutakuinkin mielessä, minkä tyyllisen logon Jokojo tarvitsisi: sen piti olla nykyaikainen, mutta hyvällä tavalla retrofuturistinen. Halusin rikkoa kirjaimia ja tuoda niihin digiajan tuntua. Ensimmäiset luonnokset olivat neliskulmaisempia ja imitoivat digitaalisen kellon näyttöä, mutta ne olivat mielestäni liian teräviä.

Ennen kuin alkaisin rakentamaan logoa digitaalisesti, päätin käydä läpi fontteja, joista sitä voisi työstää. Löysinkin täydellisen fontin tarkoitukseen, Quantumin. Se on vahva ja pyöreä otsikkofontti, jonka kirjaimet olivat valmiiksi puolitettu diagonaalisesti, ja se sopi tarkoitukseen täydellisesti niin minun kuin työnantajankin mielestä.



Korjasin fontin välistykset ja muokkasin K-kirjainta sopivammaksi. Litistin myös fonttia hieman leveyssuunnassa, ettei logo olisi aivan niin leveä.

JOKOJO

Jokojon mukavasti tavuttuvan nimen vuoksi logo on helppo asetella monin tavoin tarpeen mukaan. Se on pääasiallisesti tarkoitettu käytettäväksi pitkittäin, mutta voidaan yksittäistapauksissa käyttää myös kahdessa rivissä tai kolmessa osassa päällekkäin. Logon ja taustan värejä voi vapaasti yhdistellä värimaailman sallimissa rajoissa, mutta yleensä logo esiintyy mustana tai valkoisena.

**JOK
OJO**

Jokojen Oyn brändi-ilme

JOKOJO

3.2 Typografia

Halusin valita Jokojolle siistin ja yksinkertaisen fontin tukemaan logoa. Etsin päätteetöntä fonttia, koska se on mielestäni selkeämpi lukea sekä sopi paremmin Jokojon imagoon kuin päätteellinen serif-fontti. Fontiksi valikoitui Spartan MB. Fonttiperheestä käytössä on otsikoihin versio ExtraBold ja leipätekstiin Regular. Pohdin aluksi Regularin ja Lightin välillä, mutta kontrasti Extraboldin ja Lightin välillä olisi ollut mielestäni liian suuri. Nyt otsikoissa ja leipätekstissä on sopiva ero.

Spartan MB on groteski sans serif-fontti, mikä tarkoittaa sitä, että kontrasti paksujen ja ohuiden vetojen välillä on pieni. (Itkonen, 2003) Se on Matthew Bailey'n luoma vapaan lähteen fonttiperhe, joka perustuu League Spartaniin. (Bailey, 2019)

Spartan MB ExtraBold

ABC

**Comnihil ipsanilh illuptae labo. Nam,
od et omnihil ibusanisque sim alignati
cum ex et omnisimus ulparum laborec
totate cusdae doluptatam quatem.**

Spartan MB Regular

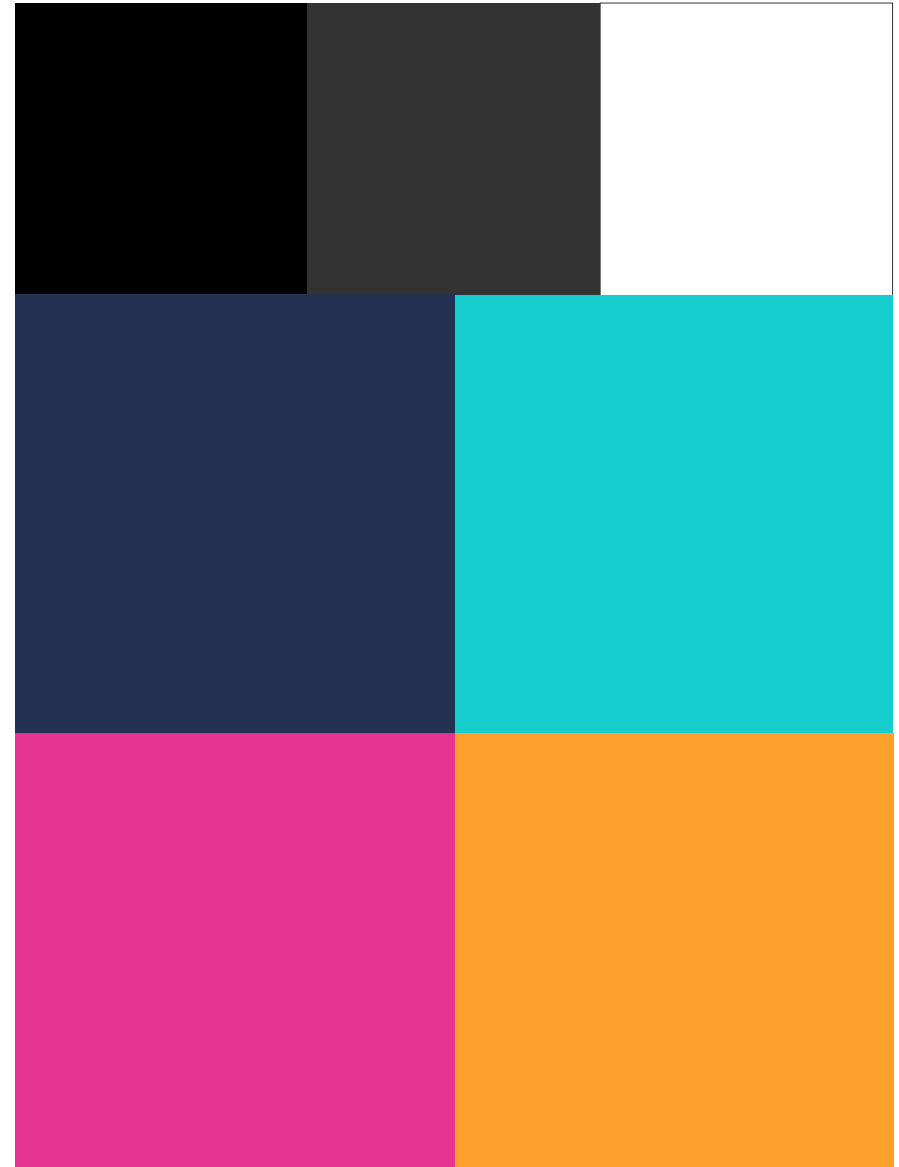
ABC

Comnihil ipsanilh illuptae labo. Nam,
od et omnihil ibusanisque sim alignati
cum ex et omnisimus ulparum laborec
totate cusdae doluptatam quatem.

3.3 Värimaailma

Tunnelma retrofuturistisuudesta tulee parhaiten esiin värimaailmasta. Työnantajan kanssa olimme yhtä mieltä siitä, kuinka Jokojon ilmeessä voisi hyödyntää 1980-luvun värejä ja tehdä sen nykyaikaisesti. Koska Jokojon päävärit tulisivat olemaan lähes musta harmaa, tummanharmaa sekä valkoinen, halusin kirkkaita värejä tehosteväreiksi ja piristämään yleisilmettä. Ne eivät kuitenkaan saisi tuoda räikeää kuvaa, joten niitä käytetään hillitysti.

Tehosteväreiksi valikoituivat hieman murrettut pinkki, turkoosi, oranssi ja tummansininen. Vaikka värejä on monta, niitä ei kuitenkaan koskaan käytetä samaan aikaan, jotta ilme ei näytä liian kiireiseltä. Värejä hyödynnetään elementeissä ja vetämään huomiota.



3.4 Muu materiaali

Jokojoon graafinen ohjeisto kattaa logon, typografian ja värimaailman lisäksi myös käyntikortin, nettisivujen ulkoasun sekä nettisivulle suunnitellut palveluikonit.

3.4.1 Käyntikortti

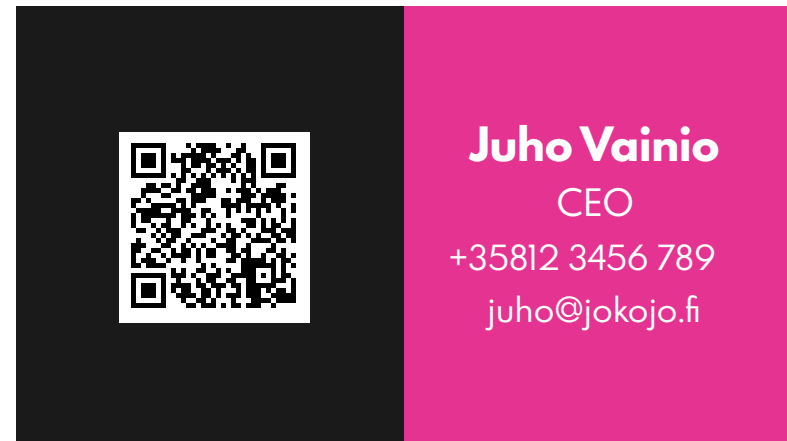
Käyntikorttiin minulla oli alusta alkaen ideana, että se olisi kaksipuolinen; toisella puolella logo suurella koolla mustavalkoisena ja toisella puolella yhteystiedot. Etupuoli pysyi prosessin aikana samana, mutta takapuoli koki muutoksia.

Ensimmäinen versio oli minimalistisin ja siinä oli vain keskitetyt yhteystiedot. Se tuntui kuitenkin tylsältä eikä hyödyntänyt Jokojon värejä tai olemusta lainkaan.

Toisen version aikana tuli myös idea hyödyntää QR-koodia, joka voisi viedä yrityksen nettisivuille. Päätin jakaa tilan puoliksi, sillä liian pieni QR-koodi ei olisi luettavissa puhelimella. Tässä versiossa tila oli jaettu puoliksi, käytettään toisella puolella tehosteväriä. Sekin oli mielestäni silti hieman liian staattinen.



Ensimmäinen versio takapuolesta.



Toinen versio takapuolesta.

Viimeiseen versioon tein diagonaalisen kulman väreille, mikä toi mielestäni tarvittavaa dynamiikkaa ja loi yhtenäisyyttä logon linjojen kanssa. Yksityiskohdaksi lisäsin vielä muutaman raidan pinkkiä. Se tuo myös yhtenäisyyttä muiden elementtien kanssa, sillä raitoja on käytössä myös esimerkiksi Jokojon nettisivuilla.



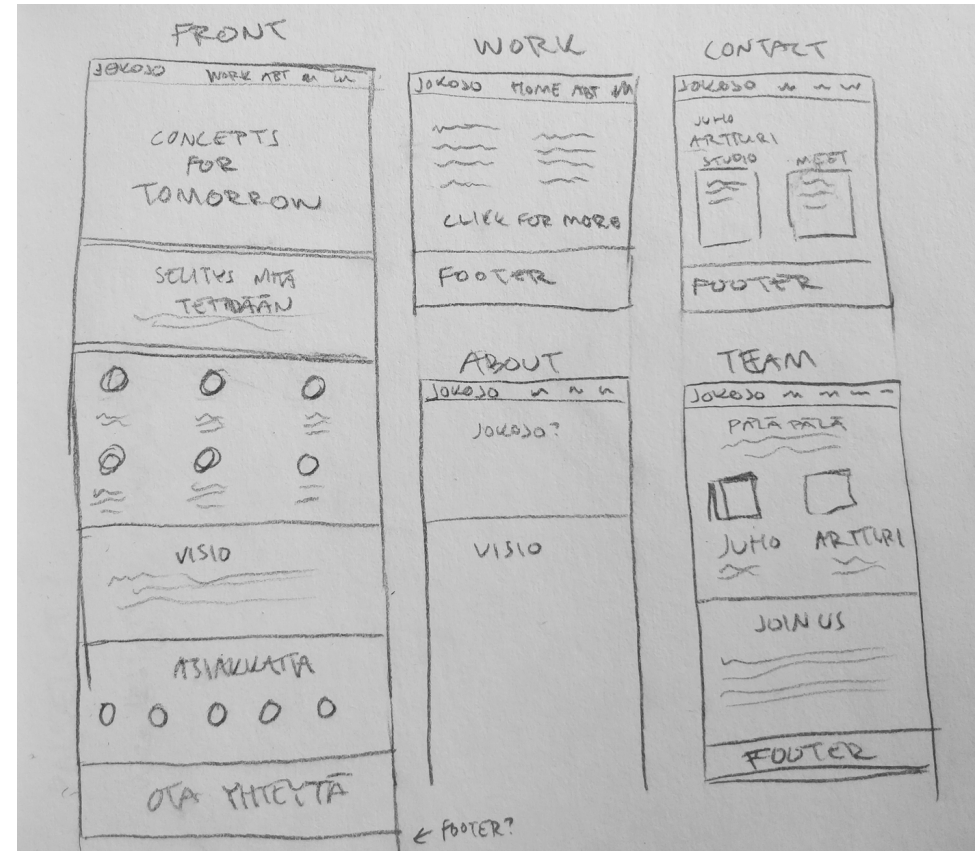
Lopullinen versio käyntikortista, sekä etu- että takapuoli.

3.4.2 Nettisivu

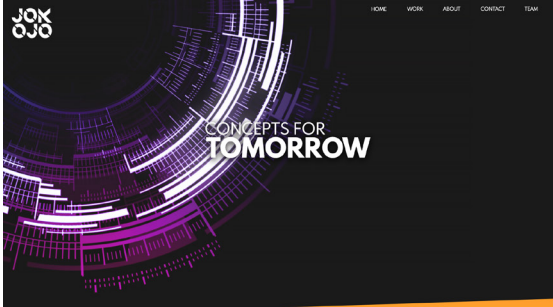
Jokojo nettisivujen suunnittelu alkoi paperille piirretyn luonnoksen pohjalta. Työnantajani oli laatinut listan asioista, joita sivuille tarvittaisiin. En olisi itse vastuussa nettisivujen toteuttamisesta, vaan ainoastaan ulkoasun suunnittelusta.

Lähdin digitaalisesti toteuttamaan sivuja luonnoksen perusteella. Sivustolla on etusivu sekä useampi välilehti. Välilehdet ovat work, about, contact sekä team. Eniten tietoa kuitenkin on etusivulla, johon on listattu yleisen esittelyn lisäksi muun muassa asiakkaita sekä tietoa palveluista, joita Jokojo tarjoaa.

Jokojo värimaailmaa seuraten sivusto on tummanpuhuva, mutta tehostevärejä käytetään keventämään ilmettä sekä graafisina elementteinä. Ne ohjaavat myös katsojan huomiota.



Luonnos etusivun sekä välilehtien asettelusta. Opinnäytetyöhön viimeistelin vain etusivun, jonka pohjalta muut välilehdet tullaan kehittämään.



CONCEPTS FOR TOMORROW

What do we do?

JOKOJO is a creative design agency located in Turku, Finland.
 Suunnittelun ja toteutuksen huipputasoa ja upeita visuaalisia kokemuksia hyödyntämällä digitaalisella alustalla. Toimintamme on laadun ja uudenlaisia teknologian avulla luotua kokemista seellä jatkossa iloisaa toimintaa digitaaliseen teknologiaan hyödyntämällä.

Services



UX Research
 Great design is built by using the right solutions in the right circumstances. We use various design methods and user surveys to find the right solution for your business that can then be developed forward.



Concept Design
 Utilizing digital technologies and professional content creation we design new and exciting concepts that are digital and developed with the user in mind. We help create innovative products and services based on your business.



Interaction Design
 Successful user experience is a combination of user research and usability testing. Through digital technologies and professional content creation we design new and exciting concepts that are digital and developed with the user in mind. We help create innovative products and services based on your business.



Projection Mapping
 Projection mapping brings life to any space by projecting digital content onto physical surfaces. We provide projection mapping services for your business.



Web & App Development
 Through our partnership with Google, a data driven and user centric approach we design and develop web and mobile applications. Our work is to create user centric experiences.



Event & Content Production
 We are experts in content production and event management. Our work is to create user centric experiences.

Vision

Customers



JOKOJO

CONCEPTS FOR TOMORROW

What do we do?

JOKOJO is a creative design agency located in Turku, Finland.
 Suunnittelun ja toteutuksen huipputasoa ja upeita visuaalisia kokemuksia hyödyntämällä digitaalisella alustalla. Toimintamme on laadun ja uudenlaisia teknologian avulla luotua kokemista seellä jatkossa iloisaa toimintaa digitaaliseen teknologiaan hyödyntämällä.

Services



UX Research
 Great design is built by using the right solutions in the right circumstances. We use various design methods and user surveys to find the right solution for your business that can then be developed forward.



Concept Design
 Utilizing digital technologies and professional content creation we design new and exciting concepts that are digital and developed with the user in mind. We help create innovative products and services based on your business.



Interaction Design
 Successful user experience is a combination of user research and usability testing. Through digital technologies and professional content creation we design new and exciting concepts that are digital and developed with the user in mind. We help create innovative products and services based on your business.



Projection Mapping
 Projection mapping brings life to any space by projecting digital content onto physical surfaces. We provide projection mapping services for your business.



Web & App Development
 Through our partnership with Google, a data driven and user centric approach we design and develop web and mobile applications. Our work is to create user centric experiences.



Event & Content Production
 We are experts in content production and event management. Our work is to create user centric experiences.

Vision

Customers



JOKOJO

CONCEPTS FOR TOMORROW

What do we do?

JOKOJO is a creative design agency located in Turku, Finland.
 We design and produce exciting and impressive visual experiences on physical and digital platforms. Our focus is on creating experiences in cities and public spaces making use of creative digital technology.

CONTACT US!

Services



UX Research
 Great design is built by using the right solutions in the right circumstances. We use various design methods and user surveys to find the right solution for your business that can then be developed forward.



Concept Design
 Utilizing digital technologies and professional content creation we design new and exciting concepts that are digital and developed with the user in mind. We help create innovative products and services based on your business.



Interaction Design
 Successful user experience is a combination of user research and usability testing. Through digital technologies and professional content creation we design new and exciting concepts that are digital and developed with the user in mind. We help create innovative products and services based on your business.



Projection Mapping
 Projection mapping brings life to any space by projecting digital content onto physical surfaces. We provide projection mapping services for your business.



Web & App Development
 Through our partnership with Google, a data driven and user centric approach we design and develop web and mobile applications. Our work is to create user centric experiences.



Event & Content Production
 We are experts in content production and event management. Our work is to create user centric experiences.

Vision

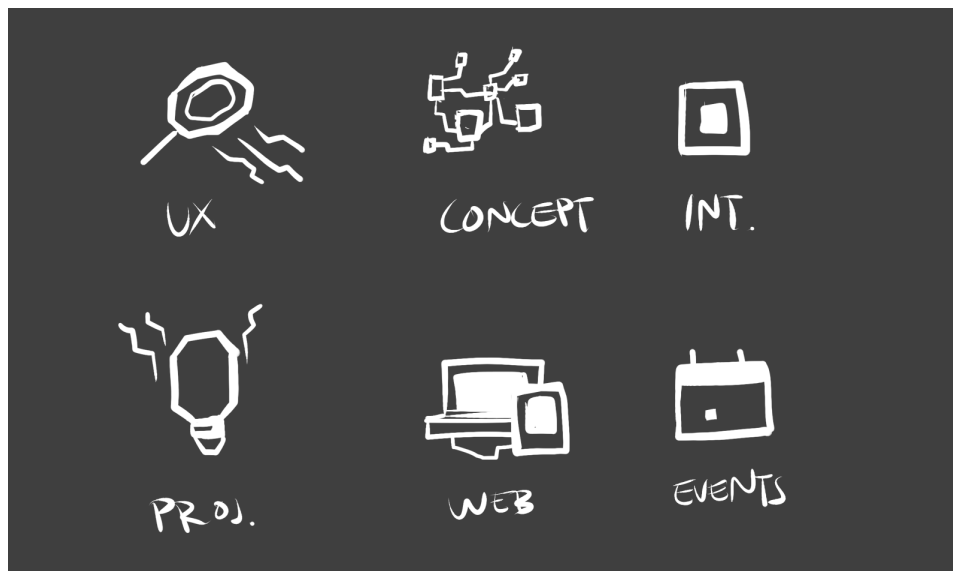
Customers

Ylhäällä: Ensimmäinen versio.
 Keskellä: Hiotumpi versio.
 Oikealla: Lopullinen versio.

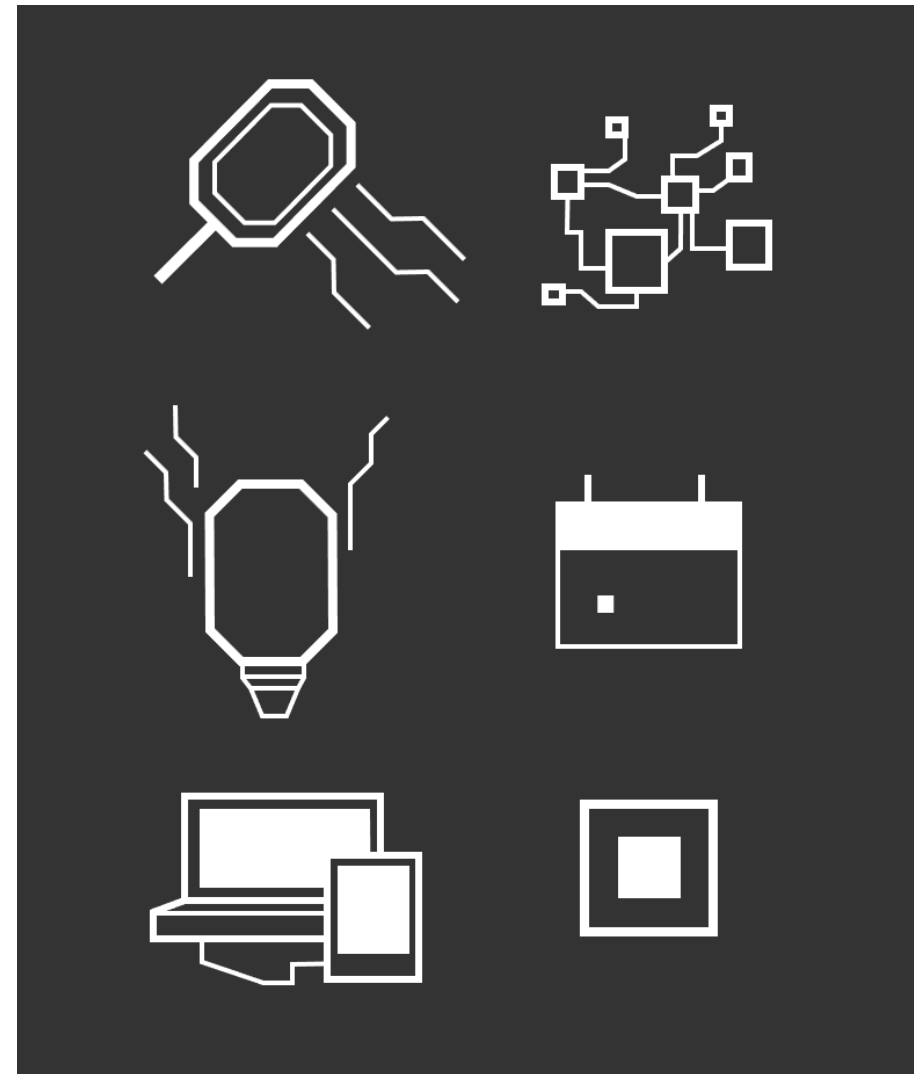


3.4.3 Ikonit

Jokojo nettisivuja varten suunnittelin myös ikonit palveluille, sillä kuvapankin kuvat eivät olleet mielestäni juuri oikeanlaisia. Halusin ikoneihin hieman kulmikkautta ja tekniikan tuntua, ja ne ovatkin saaneet inspiraationsa piirilevyjen kuvioinneista.



Ensimmäiset luonnokset ikoneista.



Lopulliset vektorigrafikat.

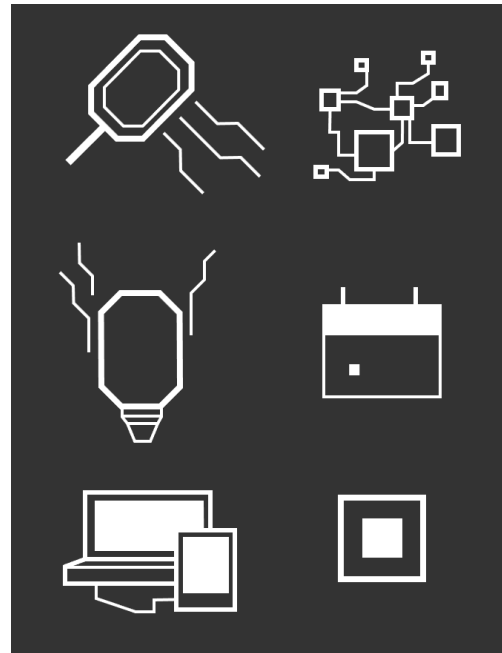
4. Jokojon ilmekooste



JOKOJO

Tervetuloa!

Tämä on Jokojo.



5. Yhteenveto

Toimitin lopuksi työni toimeksiantajalleni. Olimme kumpikin sitä mieltä, että Jokojon brändi-ilmeestä muodostui sellainen, kuin alunperin olimme suunnitelleet. Selkeä visio alusta alkaen toi ehdottomasti etua työn tekemiseen. Ilme täyttää vaaditut tavoitteet ja edustaa Jokojoa modernina luovana suunnittelutoimistona.

Pienyrityksen visuaalisen ilmeen rakentaminen on hyvän yhteistyön avulla jopa helppoa. Kuunteleminen puolin ja toisin mahdollistaa työn etenemisen ripeästi ja vaivattomasti ilman, että epätietoisuutta pääsee syntymään. Pitäisikin aina pitää mielessä, että graafinen suunnittelu ei ole ainoastaan itse työn toteuttamista, vaan myös asiakaspalvelua.

Lopputuloksena on uusi ja toimiva graafinen ohjeisto Jokojolle. Vaikka työ on tällä hetkellä nettisivujen toteutusta vaille valmis, se tulee varmasti vielä kehittymään jatkossa, mukautuen yrityksen uusiin tarpeisiin ja visioihin.



5.1 Arviointi

Koen kehittyneeni graafisena suunnittelijana projektin aikana. Toimeksiantajani suoman vapauden ansiosta sain mahdollisuuden luoda samalla jotain omaa, joka kuitenkin täyttää annetut vaatimukset ja edustaa Jokojon brändiä toivotulla tavalla.

Yhteistyö Jokojon edustajien kanssa sujui vaivattomasti, sillä tunnuimme olevan alusta asti samaa mieltä brändiä koskevista ideoista. Heidän luottamuksensa kykyihini ja visuaaliseen silmäni toi itsellenikin rohkeutta ja intoa kokeilla, mitä halusin. Vaikka ilme näyttäisi luultavasti erilaiselta, jos aloittaisin sen alusta, olen tyytyväinen työni jälkeen.

Pidän lopputulosta onnistuneena, sillä toimeksiantajani oli tyytyväinen ja koin täyttäneeni heidän asettamansa tavoitteet. Oikeanlainen brändi-ilme on varsinkin pienyritykselle tärkeä, ja toivon että suunnittelemani ilme auttaa Jokojoa erottumaan muista suunnittelutoimistoista.

Jään seuraamaan Jokojon jatkokehitystä vielä opinnäytetyöprojektin jälkeen, eikä kehittymiseni pääty tähän. Haluan oppia ymmärtämään toimivaa ja silmää miellyttävää graafista suunnittelua sekä kehittyä graafikkona, joka osaa lukea asiakkaidensa tarpeita ja toimittaa niihin sopivia tuotteita.

7. Lähteet

Arhipova, A. Color in Design: Influence on Users' Actions. [Viitattu 14.3.2019] Saatavissa: <https://tubikstudio.com/color-in-design-influence-on-users-actions/>

Bailey, M. 2017. Spartan MB. [Viitattu 24.1.2019] Saatavissa: <https://www.mtbailey.com/portfolio/spartan>

Edmonds, S. What is brand identity design? [Viitattu 18.2.2019] Saatavissa: <https://roundhouse.cc/us/branding>

Google. Material Design. Saatavissa: <https://material.io/design/>

Itkonen, M. 2003. Typografin käsikirja. RPS-yhtiöt.

May, T. 2018. 6 huge logo trends for 2019. [Viitattu 13.2.2019] Saatavissa: <https://www.creativebloq.com/features/logo-trends>

Timo. 2006. Saavutettavaa typografiaa - Osa 1. [Viitattu 27.3.2019] Saatavissa: <http://saavutettava.fi/2006/03/24/saavutettavaa-typografiaa-osa-1/>

Kuvalähteet:

Kuva 1. Xrech, 2017. [Viitattu 16.1.2019] Saatavissa: <https://pixabay.com/illustrations/tech-circle-technology-abstract-3041437/>

Kuva 2. 2019. [Viitattu 18.4.2019] Saatavissa: <https://thinkthrive.com/news/branding-a-logo-design-is-not-your-brand/>

Kuva 3. 2016. [Viitattu 26.4.2019] Saatavissa: <http://www.thegraphicmac.com/happy-birthday-apple/>

Kuva 4. 2015. [Viitattu 27.4.2019] Saatavissa: <https://pixabay.com/photos/robonauts-touching-fingers-fingers-600979/>

Graafinen ohjeisto

JOKKOJO

2019

Sisältö

Logo	1
Typografia	2
Värimaailma	3
Elementit	4
Käyntikortti	5
Netti	6

Logo

Logo voidaan sijoitella tarpeen mukaan yhdelle, kahdelle tai kolmelle riville.

Logo on joko tummanharmaa tai valkoinen. Sitä voi kuitenkin käyttää minkä värisellä taustalla tahansa.

JOKOJO



Suoja-alue

Logolla on suoja-alue, jonka sisälle ei saa sisällyttää tekstiä tai muita elementtejä.

Suoja-alue on yksi kolmasosa kirjaimen korkeudesta.



Typografia

Jokojon kirjasintyyppi on Spartan MB. Siitä käytetään kahta leikkausta, ExtraBoldia sekä Regularia.

Regular on tarkoitettu pääasiallisesti leipätekstiin ja ExtraBold otsikoihin, sekä muuten huomiota vaativiin yhteyksiin.

Spartan MB ExtraBold

ABC

**Comnihil ipsanih illuptae labo. Nam, od et
omnihil ibusanisque sim alignati cum ex et
omnisimus ulparum laborec totate cusdae
doluptatam quatem coritas pictis.**

Spartan MB Regular

ABC

Comnihil ipsanih illuptae labo. Nam, od et
omnihil ibusanisque sim alignati cum ex et
omnisimus ulparum laborec totate cusdae
doluptatam quatem coritas pictis.

Värit

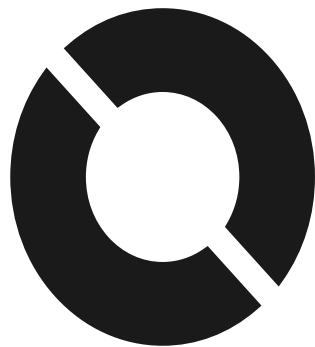
Energinen väripaletti on laaja, mutta selkeä. Värejä voi yhdistellä vapaasti keskenään, mutta on suositeltavaa valita vain yksi tai kaksi tehosteväriä harmaiden ja valkoisen kanssa.

Hex: #ffffff RGB: 255/255/255 CMYK: 0/0/0/0	Hex: #17cccc RGB: 23/204/204 CMYK: 67/0/28/0	Hex: #ff9f2c RGB: 255/159/44 CMYK: 0/46/85/0
Hex: #333333 RGB: 51/51/51 CMYK: 69/60/56/66		
Hex: #1a1a1a RGB: 26/26/26 CMYK: 76/67/61/83	Hex: #223151 RGB: 34/49/81 CMYK: 95/80/39/38	Hex: #e53391 RGB: 229/51/145 CMYK: 6/68/0/0

Elementit

Jokojon ydinilme rakentuu terävistä muodoista ja kulmista. Diagonaaliset kulmat

Logon O-kirjainta voi myös käyttää graafisena elementtinä. Tällöin kaikki värit ovat sallittuja.



Käyntikortti

Käyntikortissa yhdistyy vahvasti näkyvä logo sekä värikkyyys kääntöpuolella. Selkeys on kuitenkin tärkeintä.

QR-koodi ohjeistaa Jokojon nettisivuille.



Netti

Nettisivut ovat selkeät ja toistavat Jokojon teemoja. Etusivu kiteyttää tärkeimmät tiedot ja välilehdet tarkentavat niitä.

HOME WORK ABOUT CONTACT TEAM

JOKOJO

CONCEPTS FOR TOMORROW

What do we do?

JOKOJO is a creative design agency located in Turku, Finland.

We design and produce attracting and impressive visual experiences on physical and digital platforms. Our focus is to create novel experiences in cities and public spaces making use of creative digital technology.

CONTACT US!

Services

- UX Research**
Great design is built on asking the right questions in the right environment. We use service design methods to find out pain points in people's lives and transmit those into tangible solutions that can then be developed forward.
- Concept Design**
Utilising digital technologies and audiovisual content creation we design new and exciting concepts in both the digital and physical realm that aim to enrich people's lives. This includes industrial design for fabrication as well as early stage product development.
- Interaction Design**
Successful user experience is a distillation of user research and carefully crafted, thought through physical & digital interfaces and mental systems. We help create interactive products and services based on solid foundations.
- Projection Mapping**
Projection mapping brings static spaces to life through video projectors and interactive 3D visualisations. It can be used in long term installations or one-off artworks. We provide projection mapping services from design to production.
- Web & App Development**
Through our partnership with Govon, a Solo based front-end agency we can design and develop software with modern web technologies. With hybrid development practise we can publish on multiple platforms with a single codebase.
- Event & Content Production**
We can create content that looks, sounds and feels good. From product visualisations to animations and event production. Our aim is to create top notch experiences.

Vision