

Deveteamin graafinen ulkoasu
Työprosessi ja kohderyhmän mielikuvat

Jaakko Lohiniva

Kuvataiteen opinnäytetyö
Kulttuuri Kuvataide
Kuvataiteilija (AMK)

TORNIO 2013

TIIVISTELMÄ

KEMI-TORNION AMMATTIKORKEAKOULU, Kulttuuriala

Koulutusohjelma: Kuvataide (AMK)
Opinnäytetyön tekijä(t): Jaakko Lohiniva
Opinnäytetyön nimi: Deveteamin graafinen ulkoasu. Työprosessi ja kohderyhmän mielikuvat
Sivuja (joista liitesivuja): 44 (12)
Päiväys: 19.3.2013
Opinnäytetyön ohjaaja(t): Jari Penttinen, Henri Hagman
<p>Opinnäytetyössäni käyn läpi graafisen ulkoasun toteuttamisprosessia Deveteam -yritykselle. Graafinen ulkoasu käsittää logon, websivun sekä käyntikorttien suunnittelun. Tavoitteenani oli saavuttaa graafinen ulkoasu joka on luontevasti yhdistettävissä yrityksen toimialaan, viestii yrityksen nuorekkuudesta sekä synnyttää mielikuvaa joustavasta palvelutarjonnasta. Kuinka toteuttaa yritysille, joka viestinnällisesti tukee näitä avainsanoja?</p> <p>Deveteam Oy on kesäkuussa 2012 perustettu oululainen ohjelmistotalo. Palveluihin kuuluu yritys- ja julkishallinnon organisaatioille kehitetyt ohjelmistotuotteet ja konsultointipalvelut. Deveteam tarjoaa ratkaisuja asiakkuudenhallinnan, asiakaspalvelun sekä pilvipalveluiden hallinnan tarpeisiin. Työprosessin kuvauksessa käydään läpi ratkaisuja, joita toteutettiin nuorekkaan IT-alan toimijan yritysilleen kokoamisessa.</p> <p>Teososa pitää sisällään useita erilaisia viestinnän sekä mielikuvien luomisen tavoitteita, joita Deveteam yrityksenä toivoo sen graafisen ilmeen välittävän. Työprosessi-osuudessa selvitän, minkälaisiin ratkaisuihin ja suuntiin tavoitteet voivat teososa. Teososan logografiikka on toteutettu Photoshop- sekä Illustrator -ohjelmilla, web-sivussa on käytetty WordPress -julkaisujärjestelmää sekä Photoshopia graafisiin elementteihin. Käyntikortit sekä muu printtigrifiikka on yhdistelmä Photoshop- ja Illustrator -tekniikoita.</p> <p>Toteutetun yritysilleen pohjalta kerättiin palaute sen luomista mielikuvista. Palaute kerättiin graafisen suunnittelun ammattilaisilta, sekä pitkäaikaiselta IT-alan toimijalta. Palautteen mukaan yritysille koettiin pääosin tavoitteet täyttäväksi, mutta esimerkiksi logon luettavuus ja yksinkertaisuus nähtiin ongelmallisina.</p>
Asiasanat: Graafinen suunnittelu, yritysille, Photoshop, Illustrator, WordPress

ABSTRACT

KEMI-TORNIO UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES, Education

Author(s): Jaakko Lohiniva
Thesis title: Graphical identity for Deveteam
Pages (of which appendixes): 44 (12)
Date: 19.3.2013
Thesis instructor(s): Jari Penttinen, Henri Hagman
<p>My Bachelor's thesis describes the process of creating visual identity for a company. I created the visualization for Deveteam which is a company offering IT-solutions. The objective of this work was to create the logo, website and business card for the company. Deveteam Oy is a software programming company operating in Oulu, established in 2012. Deveteam offers modified software solutions for companies and public sector organizations. The main products are Co-creation solutions and Cloud computing services.</p> <p>The description of the working process includes the operation models provided and the main message Deveteam is wishing to convey towards customers. I collected feedback from employees who can be seen as experts in graphics and IT industries. I studied the given feedback and discuss how well the company's message is being forwarded.</p> <p>Graphical identity consists of various different parts of marketing ideas and concepts Deveteam wishes to be reflected in graphic identity. In my bachelor's thesis I examine how Deveteam's marketing ideas direct to the designs. My objective was to achieve graphical ensemble that brings together the vision of kinetic, young, and versatile company that operates in the field of software solutions. My objective was to answer the question of how to create graphical identity that supports these keywords.</p> <p>The designs for the project were created using Adobe Photoshop and Illustrator software. Website was built on the WordPress platform. The business cards and other print-related graphics were a combination of Photoshop and Illustrator graphics.</p> <p>I collected feedback about some exact parts of the design and as a whole. I used the feedback to interpret if the objectives were met.</p>
Keywords: Graphic design, visual identity, Photoshop, Illustrator, WordPress

SISÄLLYS

TIIVISTELMÄ	2
ABSTRACT	3
SISÄLLYS	4
1 JOHDANTO	5
2 GRAAFINEN SUUNNITTELU	6
2.1 Graafinen suunnittelu yritykselle	6
2.2 Logo	6
2.3 Käyntikortti	7
3 SUUNNITTELU	10
3.1 Deveteamin identiteetti	10
3.2 Graafisen linjauksen valinta sekä käyttötarkoitukset	11
4 GRAAFINEN TYÖPROSESSI	13
4.1 Logo	13
4.2 Web-sivu	15
4.3 Käyntikortti, esitemateriaali	18
5. YRITYSILMEEN PALAUTE	19
5.1 Teemu Hostikan palaute	19
5.3 Ilkka Tahvanaisen palaute	23
5.4 Deveteamin palaute	25
6. POHDINTA	28
LÄHTEET	30
LIITTEET	32

1 JOHDANTO

Opinnäytetyönä toteutin graafisen ulkoasun Deveteam nimiselle yritykselle, sekä tutkin lopputuloksen pohjalta kerätyn palautteen avulla viestintätavoitteiden toteutumista. Deveteamin erikoisosaaminen koostuu erilaisista IT-tukipalveluista. Deveteam tarjoaa ratkaisuja Cloud-palveluntarjontaan, räätälöityihin ohjelmistopaketteihin, konsultointiin it-alan tilauksissa sekä Microsoft Azure ympäristön hyödyntämiseen.

Deveteam tahtoo viestittää olevansa kineettinen, ketterä, sekä nuorekas yritys, joka suorittaa toimeksiannot ammattimaisella otteella ja aina asiakkaan tarpeet huomioiden. Kineettisyydellä Deveteam tarkoittaa nopeaa ja joustavaa liikehdintää. Tutkin kineettisyyden muotokieltä muiden avainsanojen ohella, ja tutkimuksen tulosten pohjalta rakensin graafisia elementtejä osaksi yritysilmettä. Kuinka siis rakentaa graafinen kokonaisuus joka tukee yrityksen viestintätavoitteita?

Yritysilme rakentui lopulliseen muotoonsa erilaisista lähtökohdista ja tavoitteista. Graafiset elementit kehittyivät eteenpäin tavoitetta seuratessa ja itse työntekoprosessin seuraaminen oli minulle tärkeää jäsentääkseni ratkaisuja kohti toimivaa kokonaisuutta. Työprosessin kuvauksessa käyn läpi työn lähtökohdat, vaiheittaiset muutokset, sekä rakentumisen lopulliseen muotoon.

Kuinka viesti lopulta välittyi ihmisille jotka eivät olleet prosessissa mukana, vaan näkivät lopullisen työn tuntematta Deveteamin viestintää entuudestaan? Opinnäytetyöni tutkimusosassa käyn läpi IT-toimialan ammattilaisen sekä graafisen alan ammattilaisten palautetta ja tutkin kuinka viestintätavoitteet toteutuivat heidän mielestään. Palautteen otan tueksi pohdintaan siitä, miten asetetut tavoitteet täyttyivät tai täytetään.

2 GRAAFINEN SUUNNITTELU

2.1 Graafinen suunnittelu yritykselle

Yrityksen graafinen ilme on yleensä isompi kokonaisuus, koostuen useista eri kanavista joita yritys käyttää viestinnässään. Graafikan muodoista tärkeimpinä logo, verkkosivu sekä käyntikortti. (Lupton & Phillips 2008, 246) Opinnäytetyössäni toteutin Deveteam Oy:lle logon, verkkosivun, käyntikortin sekä grafiikkaa hyödynnettäväksi sosiaalisessa mediassa, kuten esimerkiksi mikroblogipalvelu twitterissä.

Toimiva graafinen yritys ilme on yleisesti isompi brandi kokonaisuus, jossa grafiikan hyödyntämistä ohjaa hyvin suunniteltu identiteetti. Graafisten elementtien on tarkoitus auttaa katsojaa tulkitsemaan identiteetin lähettämä viesti. Mikäli yrityksellä ei ole identiteettiä suunniteltuna, on hyvä aloittaa yritys ilmeen luominen identiteetin rakentamisen kautta. Selkeä identiteetti ja brandi määrittävät miten kuvallisessa viestissä voidaan ohjata katsojaa haluttuun suuntaan. (Airey 2009, 216)

2.2 Logo

Design mediassa arvostetuimmat logot ovat useimmiten yksinkertaisia sekä selkeitä verrattaessa esimerkiksi webissä ja printissä hyödynnettäviin kuvituskuviin. Selkeä ja pienieleisesti oivaltava logo on toimiva myös pienemmässä koossa mikä on yrityksen tarpeita ajatellen äärimmäisen tärkeää. Yksityiskohtainen logo ei todennäköisesti toistu hyvin esimerkiksi pienikokoisessa käyntikortissa. Monimutkaisista logoista täytyi siis olla kehiteltynä vaihtoehtoversio pienempiä pintoja ajatellen, mutta samanlaisena toistuva logo koetaan usein viestinnällisesti parempana vaihtoehtona. Logon työstöprosessissa ratkaiseva vaihe onkin oivaltaa kuinka hyödyntää ideat monipuolisesti toimivana elementtinä. (Klanten 2010, 407) (Geiger 2009, 304)

Väripalettia valitessa täytyy toimivan värikokonaisuuden lisäksi myös huomioida yrityksen budjetti projektille. Jos logo siirretään käyntikortteihin esimerkiksi kohopainotekniikalla, on hinnoissa suuria eroja riippuen värien määrästä.

Logoa hyödynnetään toisinaan mustavalkoisissa painoformaateissa. Logoa luodessa on tärkeä huomioida myös muodon ja värin toistuvuus mustavalkoisessa väripaletissa.

Typografia on hyvä rakentaa yrityksen viestinnälliset tavoitteet huomioiden. Fonteilla on pitkät perinteet ja serif- fontit ovat useimmiten suosituimpia virallista ulkoasua tavoitellessa, kun taas sans- fontit ovat selkeästi kevyempiä. (John Lewis, 2007, 148)

Logo oli määrä toteuttaa vektorigrafiikka hyödyntäen. Bittikarttagrafiikka on huomattavasti yleisempää ja sitä hyödynnetään webgraafiikassa, mutta bittikarttagrafiikka, kuten jpg- sekä png tiedostomuodot, pikselöityvät kuvakokoa suurentaessa. Mikäli alkuperäinen logo tiedosto on luotu esimerkiksi Adobe Illustrator ohjelmalla vektorigrafiikkana, on tiedosto suurennettavissa helposti esimerkiksi isoihin julistesiin sekä t-paitoihin soveltuvaksi. Vektorigrafiikka toistuu myös huomattavasti paremmin esimerkiksi pyöreille pinnoille. (Which is better – Photoshop or Illustrator?, 2012, hakupäivä 25.2.2013)

2.3 Käyntikortti

Käyntikortin tärkein funktio on välittää kortin antajan yhteystiedot. Tämä ajatus mielessäni pyrin luomaan siistin ja selkeän käyntikortin joka kuitenkin on tunnistettavissa osaksi yrityksen graafista ilmettä. Käyntikortti voi olla hyvinkin näyttävä yksinkertaisessa muodossaan. Miellän että parhaimmat käyntikortit ovat syntyneet samanlaisen oivalluksen kautta, kuten mitä esimerkiksi logografiikka vaatii onnistuakseen. (Rivers 2003, 160)

Käyntikortit suunnitellaan yleisesti painotalojen suosiman CMYK-väriprofiilin mukaan. Kohopainotekniikassa kannattaa värien käyttö minimoida niin pieneksi kuin mahdollista, sillä jokainen yksittäinen väri nostaa painotuotteen hintaa. (Aineisto-ohje, hakupäivä 7.3.2013)

2.4 Websivu

Websivun koostamiseen on useita erilaisia vaihtoehtoja. Html editor tyyppisten ohjelmien avulla on mahdollista hieman automatisoida koodin kirjoitusta, sillä vastaavat ohjelmat löytävät virheitä koodista sekä sisältävät valmiita komentoja. Adoben Dreamweaver on yksi suosituista html-editoreista. Isomman sivukokonaisuuden koostaminen on kuitenkin erittäin haasteellinen tehtävä mikäli sivustolle luodaan hallintajärjestelmä, eli käyttöliittymä jonka kautta sivuston haltijan on mahdollista muokata sisältöä koskematta koodiin. (Felke-Morris 2013, 432)

Deveteamillä oli tarve saada käyttöliittymä jonka kautta sisältöä voitiin hallinnoida, joten päädyin hyödyntämään WordPress julkaisujärjestelmää. WordPress on avoimeen lähdekoodiin perustuva sisällönhallintaohjelma jonka avulla on sivu on mahdollista koostaa hyvin vähäisellä koodin kirjoittamisella. WordPress hyödyntää PHP-kieltä sekä käyttää tietojen tallentamiseen MySQL-tietokantaa, joten yhteensopivuuden kanssa ei tule ongelmia. (About WordPress, hakupäivä 6.2.2013)

Ikonigrafiikka tarkoittaa web pohjaisessa suunnittelussa kuvakesarjaa joita hyödynnetään paljon websivujen käyttöliittymissä sekä tuotekuvauksissa. Deveteamin tuotepakettiin kuuluu neljä eri tuotetta, joten päädyin luomaan kullekin ratkaisulle oman ikonin. Ikoneilla voidaan tuoda sivuille graafisuutta, sekä selkeyttää kuvallisin keinoin esimerkiksi juuri tuotesarjaa.

Navigointiin on monia erilaisia suosittuja vaihtoehtoja. Yleisin on kenties linkkien kautta siirtyminen eri html-sivuille. Tässä tekniikassa usein sisällytetään samanlainen navigointivalikko eri sivuille jotta selaaminen on mielekästä. Hiljattain hyvin suosituksi navigointi tavaksi on muodostunut vertikaali selaus sivulla. Vertikaalia selausta hyödyntävät sivut on usein toteutettu pikselikorkeudeltaan hyvin pitkillä html sivuilla, joissa liikutaan hiiren rullan sekä linkki painikkeiden kautta. (Felke-Morris 2013, 432)

Päädyin esittämään Deveteamille websivu ratkaisuksi Parallax scroller tekniikka, jossa selaaminen on vertikaali suuntaista ja koostuu useista eri sisältöosista jotka liikkuvat eri tahtiin. Parallax scrollerissa rakennetaan siis useita eri tasoja jotka reagoivat kaikki eri selausvauhdilla esimerkiksi juuri hiiren rullaan. Näin saadaan näyttävä tilaa ilmentävä

efekti sivulla liikkumiseen. Parallax scroller hyödyntää css ja javascript koodikieltä.
(Felke-Morris, 2013, 432)

3 SUUNNITTELU

3.1 Deveteamin identiteetti

Deveteam on uusi yritys, joka toimii ympäristössä joka on alati muuttuva. IT-ala kehittyy jatkuvasti ja tuo ihmisten saatavilla uusia teknologioita jotka mahdollistavat uudenlaisten palvelujen hyödyntämisen. Deveteam kehittää omia palveluitaan näiden muutosten mukaan, hyvänä esimerkkinä Cloud-palveluiden tarjoaminen, uusi palvelu IT-yritysten keskuudessa. Vaikka yrityksen työntekijät omaavat pitkän ammattikokemuksen alalta, koin yrityksen olevan erittäin nuorekas hengeltään. Deveteam hyödyntää ratkaisuissaan aina uusinta saatavilla olevaa toimivaa teknologiaa. Nuorekas ilme oli ensimmäinen lähtökohta josta tilaajan kanssa keskusteltiin graafista ilmettä suunnitellessa.

Deveteam nimenä pohjautuu development –sanaan, eli kehitykseen. Deveteam pystyy tarjoamaan valmiiden sovellusten lisäksi myös asiakkaan tarpeiden mukaan rakennettuja ratkaisuja. Ammattitaito ohjelmistosuunnittelussa on yksi keskeisimmistä Deveteamin palveluista, joka mahdollistaa erittäin joustavien ratkaisujen tarjoamisen asiakkaille. Yrityksen työntekijät ovat olleet alalla pitkään, joten nopea toiminta ja reagointi kuvastaa hyvin yrityksen palveluita. Yrityksen toimintaa ja sen identiteettiä kuvastaa siis hyvin myös joustavuus ja kineettisyys. Kineettisyys vaikutti hyvin abstraktilta käsitteeltä graafisessa muodossa ajateltuna. Mielsin kineettisyyden liikkuvuudeksi, muodoksi jota silmä kiertää ympäri. Tutkimalla kineettisyyden graafista muotoa löysin useita ratkaisuja ilmentää mielikuvaa kineettisyydestä. (Liite 2)

Suomalaisten osaaminen IT-alalla on maailmalla erittäin arvostettua ja pohjoismaisuuden korostaminen oli yksi mahdollisuus graafisessa viestissä. (Suomen IT-osaaminen iskussa, 2005, hakupäivä 10.3.2013) Deveteam nosti esiin pohjoismaisuuden korostamisen ja että brändiä voi rakentaa myös tähän suuntaan. Myöhemmin pohjoismaisesta sävystä pyrittiin lopulta eroon ja haettiin selkeää eroittumista. Yritysilmeen kanssa koettiin tärkeämmäksi omaperäinen graafinen ilmaisu pohjoismaisten elementtien sijaan. Pohjoismaisuuden korostaminen on selkeä trendi ilmiö graafisessa suunnittelussa ja brandistä haluttiin rakentaa ajaton vaihtoehto.

Esimerkiksi kilpailija Nortall käyttää yritysilmpeessään kenties revontuliksi miellettävää logoa. (Liite 7)

Tutkin useita erilaisia ohjelmistosuunnittelussa sekä koodaamisessa käytettäviä symboleja, sekä erilaisia referenssejä alan työkaluihin liittyen. Tässä prosessissa toivottiin löytyväksi elementti, joka kuvaa hyvin yrityksen toimintaa, kääntyy luontevasti logoelementiksi, sekä istuisi muotokieleltään muuhun materiaaliin. Monista eri vaihtoehdoista lopulliseksi teemaelementiksi valikoitui lopulta dataconnector, symboli, jolla ilmennetään dataliikennettä. (Liite 3) Logoelementiksi oli useampia vaihtoehtoja (Liite 1, Liite 2), mutta dataconnector koettiin lopulta kuvaavimmaksi, koska siinä liike sekä yksinkertaisuus yhdistyi selkeästi vahvimmalla tavalla. Dataconnectorissa yhdistyi nuorekas sekä ketterä muotokieli joita Deveteam toivoi logossa välittyvän.

3.2 Graafisen linjauksen valinta sekä käyttötarkoitukset

Annoin graafisen yleisilmeen suunnittelussa erityisesti painoarvoa eri kanavien yhtenevälle kuvalliselle linjalle. Logo määrittää värimaailman sekä muotokielen, jota hyödynnetään kaikissa graafisen kokonaisuuden eri osissa. Tavoitteeksi asetin yrityksen tunnistettavuuden, yritysilmpeen, jota ilmentävät tutut fontit, värimaailma sekä muotokieli.

Deveteamille tärkeimmät osat graafista kokonaisuutta ovat toimivat verkkosivut, yrityksen toimintaa hyvin kuvaava logo, sekä käyntikortit. Verkkosivujen suhteen päätin hyödyntää graafisen suunnittelun vallitsevia trendejä. (Retro/Vintage Websites, 2013, hakupäivä 2.2.2013) Tällä tavalla verkkosivu mukailee samaa ajatusta kuin Deveteamin toiminta, eli IT-alan ohjelmistoratkaisuja modernilla otteella. Mobiililaitteiden lisääntynyt käyttö oli myös huomioitava, koska sivun toistuvuus tabletilaitteilla koettiin tärkeäksi.

Yrityksellä oli logon suhteen jo selkeitä eri käyttötarkoituksia. Logosta suunniteltiin teetettäväksi kylttejä ja tarroja yritystiloihin. Logo oli tehtävä siis Illustrator ohjelmistolla, jotta logo skaalautuu myöhemmin helposti haluttuihin mittoihin. Ajatusta

tuki myös Creative Bloq sivun artikkeli, jossa käsiteltiin Illustratorin ja Photoshopin hyöty- ja haitta suhdetta logon suunnittelussa. (Which is better – Photoshop or Illustrator?, 2012, hakupäivä 25.2.2013)

Logon valmistuttua lopulliseen muotoonsa oli luontevaa jatkaa värimaailmaa myös verkkosivun ja käyntikorttien suuntaan.

4 GRAAFINEN TYÖPROSESSI

4.1 Logo

Logon suunnittelu lähti liikkeelle sinivalkoisesta teemasta. Pohjoismaisuus oli yksi mukana kulkeva teema, tosin värimaailman ei ollut tarkoitus erityisesti viestiä suomalaisuudesta. Kineettisyys oli toinen vahva teema. Ensimmäiset logo ehdotukset olivatkin pitkälti kineettisyyden sekä pohjoismaisuuden yhdistelmää (liite 1)

Teemaltaan kristallimainen logoehdotus vaikutti olevan hyvin lähellä toivottua lopputulosta ja ensimmäinen web-sivun versio (liite 4, kuva 1) rakennettiin saman värimaailman sekä teeman pohjalle. Lopullista muotoa mietittäessä logossa oli kuitenkin useita toteutumattomia tavoitteita ja kehittelyä lähdettiin rakentamaan eteenpäin. Kristalliteemainen logo alleviivasi vahvasti pohjoismaalaisuutta sekä tietynlaista arvokkuutta ja ammattitaitoa. Toteutuneet teemat olivat vahvoja ja hyviä, mutta samanaikaisesti kokonaisuus ei näyttänyt erityisen omaperäiseltä, kun otetaan huomioon suomalaisten yritysten trendin käyttää sinisävytteistä logopohjaa. Kineettisyyttä ei myöskään onnistuttu ilmentämään yhtä vahvasti, kuin Deveteam oli toivonut.

Logosuunnittelua jatkettiin edelleen kuitenkin saman väripaletin ja muotokielen pohjalta, koska Deveteam piti versiota onnistuneena ja ensimmäiset logot jätettiin mahdollisiksi vaihtoehtoiksi lopullista valintaa silmällä pitäen. Kineettisyys ei kristalliteeman logossa toteutunut, joten siirryin suunnittelussa kineettisyyden korostamiseen.

Kineettisyys oli vahvasti alleviivattu seuraavassa suunnitteluvaiheessa. Miten kuvata kineettisyyttä? Tutkin kineettisyyden muotokieltä erilaisilla kokeiluilla (liite 2). Kineettisyys oli mielestäni esillä erityisesti aaltoilevissa muodoissa sekä toistuvissa kehäkuvioissa. Erityisesti kehää kiertävät kuvat, joissa silmän liikkeelle ei ollut selvää päätepistettä, toimivat mielestäni kineettisyyden ilmentämisessä. Katseen liike oli jatkuvaa, kuten itse kineettisyydenkin.

Muotokielen löydyttyä siirryin suunnittelemaan seuraavia logoja kokeilujen pohjalta. Myös fonttia lähdettiin kehittämään täysin eri suuntaan tässä suunnitteluvaiheessa. Kokeilin erilaisia fontteja ja päädyin lopulta valitsemaan ohuita elegantteja vaihtoehtoja. Tarkastelemalla arvostusta kerääviä logoja, suosiossa oli usein asiallinen ja selkeä kirjasin. Ehkä ajatuksen takana oli, että jos yritys tekee laadukasta jälkeä, sen täytyy korostaa nimensä esilletuontia isolla paksulla fontilla. Halusin kiinnittää itsekkin tähän huomiota. Tulkintani mukaan ohut fontti siis näytti ammattimaisemmalta sekä viesti arvokkuudesta paljon tehokkaammin kuin aikaisemmat, enemmän leikittelevät fontit. Myös Computer Arts, arvostettu graafisen suunnittelun lehti, kehottaa välttämään paksuja leikitteleviä fontteja ammattimaista jälkeä tavoitellessa. (Lewandowski 2012, 114)

Kineettisyys-teemaiset logot (liite 2) eivät kuitenkaan lopulta vaikuttaneet hyviltä keulakuvilta yritykselle. Projekti kohtasi suuria ristiriitoja logon graafisen yksinkertaisuuden sekä kineettisyyden ilmentämisen yhdistämisessä. Logot eivät toimineet juurikaan pienikokoisina ja Deveteam toivoi yksinkertaisempaa ilmaisumuotoa.

Yrityksen kanssa keskusteltiin eri vaihtoehtoista ja avattiin mahdollisuus lähteä hakemaan ratkaisua eri suunnista. Tavoiteltu kineettisyys sekä yksinkertainen muoto eivät toimineet kokeiluissa yhteen, oli aika siis miettiä logoratkaisuja uudestaan.

Toin esille ajatuksen vintage-henkisestä lähestymisestä logosuunnittelussa sekä koko yritysbrändissä. Ajatusta tuki työntekijöiden pitkä kokemus alalta, sekä tuntemus IT-alan muutoksista vuosien saatossa. Retro-henkinen teema puhuttelee useita eri kohderyhmiä ja graafisessa suunnittelussa retro-henkinen design on hyvin vahvasti trendiä. (Rivers 2003, 160) (Retro/Vintage Websites, 2013, hakupäivä 2.2.2013) Deveteam kuitenkin tarjoaa uusimpia ratkaisumalleja sekä viestii olevansa nuorekas yritys, joten päädyin etsimään sopivaa tasapainoa retrohenkisyyden sekä yrityksen viestintätavoitteiden väliltä.

Dataconnector symbolin käyttäminen logoelementtinä oli ratkaiseva askel kohti logon lopullista muotoa. (liite 4, kuva 1) Dataconnector symboli on laajalti käytetty IT-alalla erilaisissa muodoissaan kuvastamaan data liikennettä päätepisteiden välillä. Symboli oli

yksinkertainen ja iskevään tyyliin toi esille yrityksen toimialan. Deveteamin ratkaisut liittyvät kaikki enemmän tai vähemmän dataliikenteeseen, joten dataconnector naulattiin lähtökohdaksi logosuunnitteluun. Punainen värimaailma puhutteli yritystä, punasävystä löytyi tavoiteltua vintagehenkeä ja se erotti deveteamin monista sinisävyyen luottavista yrityksistä. Erottuvuutta saatiin kilpaileviin yrityksiin.

Ensimmäisessä erässä ehdotuksia (liite 3) dataconnector oli erillisenä elementtinä tekstistä ja vaikutti kohtuullisen toimivalta. Elementti oli kuitenkin helposti upotettavissa tekstin sekaan, sikäli kun dataconnector toimii symbolina erilaisina muotoina. Kokeilin yhdistellä Deveteamin kirjaimista 'd' ja 'e' dataconnector kehää (liite 3). Elementti oli näyttävä, mutta vaikeutti tekstin helppolukuisuutta, joten päädyin käyttämään pelkästään d-kirjainta symbolina, ratkaisu johon myös Deveteam oli tyytyväinen.

Lopullinen logo löytyi hyvin nopeasti dataconnectorin ympärille. (liite 4)

Logo tehtiin Illustratorilla puhtaaksi CMYK-väriprofiilissa printtiä varten sekä RGB-väriprofiilissa monitoreja varten. Laadin logosta perusmuodon punaisella pohjalla, version valkoiselle pohjalle, ja lopuksi mustavalko version. Tein myös version ilman slogania, ajatellen luettavuutta kun logo toistuu pienikokoisena.

4.2 Web-sivu

Deveteam halusi helposti ylläpidettävät sivut joita yrityksen työntekijät voivat helposti päivittää. Lähdin siis tutkimaan mahdollisia julkaisujärjestelmävaihtoehtoja ja päädyin wordpressiin helpon käyttöliittymän sekä hyvän lisäosa tarjonnan vuoksi. Wordpress oli myös suunnittelijan näkökulmasta ihanteellinen ratkaisu koodin kirjoittamisen vähyyden vuoksi, näin ollen sivuston rakentaminen kävi nopeampaa vauhtia kuin perinteisellä html & css koodikielellä.

Yritys halusi websivun nopeasti valmiiksi, koska tuotteita oli tarkoitus lähteä markkinoimaan nopealla aikataululla. Logosta oli määrä jatkaa värimaailma ja muotokieli myös websivuille. Kun websivun koostaminen oli ajankohtaista logoprojektissa oli työstössä kristalliteemaieset logot (liite 1), joten websivun

ensimmäinen versio tehtiin sinisävyisessä teemassa. Websivulle valittiin nykyaikainen vaalea pohja helpon luettavuuden vuoksi. (liite 5, kuva 1)

Nopeassa versiossa websivusta (liite 5, kuva 1) rakennettiin muutama infoslides jotka selvensivät yrityksen tuotteet, palvelut, sekä yhteystiedot. Sivun päätarkoitus oli pitkälti informatiivinen eikä näyttäviin animaatioihin tai html/css koodauksiin ollut aikaa. Väliaikainen sivu kuitenkin palveli yrityksen toivetta perustaa websivu välittömästi. Sivustosta annettiin kuitenkin hyvää palautetta ja se oli yksinkertaisuudessaan selkeä selattava. Mobiiliversio ei kuitenkaan ollut kovin toimiva ja myöhemmin päätetty logo toi websivua täysin eri suuntaan.

Kun dataconnector logo sai lopullisen muotonsa ryhdyttiin websivua rakentamaan uuteen muotoon. Punainen teema toi omat haasteensa graafiseen ulkoasuun, sillä punainen väri oli selvästi tukkoisampi kuin vaaleansininen, mutta toi silti mukanaan mahdollisuuden näyttäviin korostuksiin. (Lee Stone 2008, 240) Mielestäni sivuston perusrakenne oli valmiiksi toimiva, joten päädyin säilyttämään etusivun muodossa: slideshow yläosassa, tuotteet keskellä, sekä yhteystiedot sivun pohjalla. Ensimmäinen julkaisuversio valmistui samankaltaisella rakenteella. (liite 5, kuva 2) Sivuja oli lisättävä jotta tuotteille ja ratkaisumalleille löytyisi omat havainnoillistavat osionsa.

Aloitin tuotteiden kuvittamisen ikonigrafiikan pohjalta. Sovellusta kuvastava ikoni tukee hyvin tuotteen selostusta sekä luo käyttäjälle miellyttäviä graafisia kiintopisteitä selkeyttämään tuotekatalogia. Tutkin ikonigrafiikkaa graafikoiden tekemiltä verkkosivuilta ja käytin niitä referensseinä. (Sites of the Week, 2013, hakupäivä 29.1.2012) Kuvitin Deveteamin ohjeistuksen avustuksella 4 yksinkertaista ja havainnoillistavaa kuvaa tuotteista. (liite 9)

Kohtasimme valikkojen suunnittelun suhteen pieniä erimielisyyksiä yrityksen sekä oman visioni suhteen. Deveteamin mielestä sivun tuli olla toteuttuna muotoon jossa lähes kaikki informaatio ja tuotteet löytyvät heti etusivulta ja navigointipalkin kautta. Tämän toteutusmallin takana oli ajatus, että mikäli asiakas tietää valmiiksi tuotteen tai sovelluksen jonka haluaa toteuttaa, löytää tämä etsimänsä heti sivun yläosan navigoinnista. Minun mielestäni taas sivustorakenne sekä navigointi tuli toteuttaa tavalla jossa sivusto on rakennettu selkeisiin kategorioihin, jonne navigoinnin kautta

ohjataan, eli ei liikaa infoa yhtäaikaan asiakkaan selattavana. Pelkäsin että liiallinen määrä infoa väsyttää asiakasta eikä selaaminen ole enää miellekäästä. Ehdotin Deveteamille porrastettua navigointi mallia. Porrastetulla navigointimallilla tarkoitin pääotsikoita jotka ohjaavat alasivuille/alaotsikoihin, joista asiakas saa lisäinfoa kyseisestä palvelusta. Tämän toteutusmallin mukaan etusivu pysyy siistinä sekä asiakas voi heti jäsentää tuotealueet ja kategoriat, jotka Deveteamilla kuitenkin ovat kovin moninaiset ja kattavat. Jouduin jättämään tämän idean vielä syrjään, sillä ensimmäiseen web-sivu versioon otettiin käyttöön yrityksen malli. Sovimme kuitenkin että myöhemmässä vaiheessa kun web-sivusta lähdetään tekemään lopullista versiota, esitän tarkemman suunnitelman miten navigointi toteutettaisiin oman suunnitelmani mukaan.

Esitin idean kokoruudun leveydellä toimivasta slideshowsta websivuille ja Deveteam piti ajatuksesta. Näytettäviä isokokoisia kuvia, jotka vaihtuvat diashow tyylin, siis hyvä huomionkiinnittäjä kotisivuille. Huomiota tarvivat avainsanat saataisiin siis hienosti upotettua slideshow kuviin. Jälleen kerran nopea aikataulu asetti omat esteensä ja slideshown sijaan websivun alkuvaiheessa käytettiin pelkästään istockphotosta ostettua kuvapankki otosta. Kuvaksi valikoimme yhteistyössä vuorikiipeilykuvan jossa henkilö kurottaa kätensä auttaakseen toisen henkilön myös vuoren päälle. (liite 5, kuva 2) Tästä siis hyvä metafora Deveteamin toiminnalle, asiakkaiden auttaminen tehokkaampaan datan sekä IT-ratkaisujen hallintaan. Kuva istui hyvin sivukokonaisuuteen ja slideshown ajatus jätettiin odottamaan websivun seuraavaan versioon.

Navigoinnin suhteen esitin parallax scroll tekniikkaa ratkaisuna. Parallax Scrollerin kaltainen navigointi poikkeaa valtavirrasta ja yleisistä ratkaisuista, mutta onnistuessaan lisää sivuille vaikuttavaa liikettä. Deveteam pyysi tekniikasta testiversion ja lähdin työstämään parallax scrolleria html, css ja javascript koodia hyödyntäen. Otin työn pohjaksi ohjeistuksen Abduzeedo sivulta ja lähdin rakentamaan navigointia Deveteamin sisältöjä hyödyntäen. Deveteam oli tyytyväinen ratkaisuun ja halusi siirtää tekniikan yrityksen sivuille. Koodin siirtäminen WordPress ympäristöön ei kuitenkaan ollut yksinkertainen prosessi, erilliset javascript koodit toimivat ristiin sekä aiheuttivat pahoja toiminnallisuutta haittaavia virheitä, kuten tekstikenttien sekoittuminen päällekkäin. Aloimme yhteistyössä Deveteamin kanssa käymään koodia läpi ja kirjoitimme koodille ehdollisuuksia miten sisältö käyttäytyy. Parallax Scroll saatiin integroitua sivustoon ja vaikutus edelliseen oli huomattava, sivut olivat mielenkiintoisemmat. (liite 10)

Otimme etusivun slideshowin käsittelyyn uudestaan ja päädyimme kokeilemaan koko ruudun kokoisena toistuvaa kuvasarjaa. Deveteam piti ratkaisua onnistuneena, päätimme kuitenkin jatkokehittää etusivun graafisia elementtejä myöhemmässä vaiheessa. Olimme kuitenkin liikkumassa aiemmin ehdottamaani suuntaan tilavammasta infon jaottelusta, jossa kaikkea infoa ei esitellä ensimmäisillä sivuilla. (liite 11) (Super easy Parallax Effect with JQuery, 2013, hakupäivä 5.3.2013)

4.3 Käyntikortti, esitemateriaali

Logo ja websivu olivat korkeiten priorisoidut tehtävät yritysilmettä rakentaessa, mutta kesken projektin irrottauduin Deveteamin toiveesta hetkeksi suunnittelemaan käyntikorttia sekä esitysmateriaalia powerpoint-ohjelmaan. Käyntikortin haluttiin tasapainottelevan modernin räväkkään sekä asiallisuuden välillä. Lähtökohdaksi otin punaisen teeman sekä dataconnectorin, ajatuksenani jatkaa saman graafisen linjan mukaisesti. Ensimmäiset versiot (liite 6, kuva 3) olivat Deveteamin mielestä liian levottomia johtuen tiheän muodon toistumisesta. Seuraavassa ehdotuksessa (liite 6, kuva 4,5) otin levollisemman linjan muotokielen kanssa, sekä päätin päinvastaisesti hyödyntää paljon tyhjää tilaa. Tyhjän tilan korostaminen kuitenkin sai aikaan negatiivista palautetta. Ehdotukset asettivat kuitenkin hyviä rajoja käyntikortin ulkomuodolle ja sain paremman kuvan tavoitellusta tasapainosta. Lopulta keskities löytyi ja Deveteam koki saaneensa modernin mutta asiallisen käyntikortin graafisen teeman puitteissa. Lopullisessa versiossa karsin muotokieltä jättäen kuitenkin tilavampaa aluetta sisällölle. Tavallaan siis aikaisempien ehdotusten välimuoto. (liite 6, kuva 1,2)

Esitemateriaali oli nopealla aikataululla toteutettava toimeksianto, jossa tavoitteena oli luoda graafinen pohja powerpoint ohjelmaan. Graafista pohjaa haluttiin hyödyntää slide-esityksissä tehden niistä miellyttävämmät seurata. Siirsin graafisia elementtejä websivulta sekä käyntikortista powerpoint pohjaan. Deveteamin pääasiallinen käyttötarkoitus powerpoint presentaatioissa on infon välittäminen yrityksestä, joten päädyin hyödyntämään taas paljon tyhjää tilaa. Väriversioita tein useampia jotta yritys voisi valita tilaisuuteen sopivan teeman. (liite 7, kuva 2,3,4) Deveteamin kanssa tehtiin pieniä, lähinnä teknisiä, muutoksia powerpoint pohjiin, mutta graafinen ilme vastasi yleistä ohjeistusta.

5. YRITYSILMEEN PALAUTE

5.1 Teemu Hostikan palaute

Deveteamin kanssa käytyjen keskustelujen perusteella logolla tavoiteltiin nuorekasta ilmettä, selkeyttä ja helppolukuisuutta, sekä mielikuvaa dynaamisesta ja modernista ympäristöstä. Keräsin palautteen logon aiheuttamista mielikuvista ja tutkin palautteen pohjalta tavoitteiden toteutumista logon suhteen.

Teemu Hostikka toimii mainostoimisto NTRNZ media oy:n toimitusjohtajana ja omaa pitkän kokemuksen graafisen suunnittelun osalta. Teemu Hostikan palautteen pohjalta tutkin yleisesti kuinka logon viestinnälliset tavoitteet toteutuivat.

Teemu Hostikalle osoitettu kyselylomake logon ulkoasusta:

Minkälaisia mielikuvia yritys ilme herättää?

”nuorekas, toimialasta riippumaton ilme.”

Onko ilme mielestäsi sopiva IT-alan yritykselle?

”On.”

Yksi isoimmista tavoitteista logon suhteen oli luoda selkeä, yksinkertainen, helppolukuinen logo. Toteutuuko logossa mielestäsi tämä tavoite?

”D-kirjaimen 'piirilevy' idea on hyvä ja persoonallinen. D-kirjaimen erottaminen eri värillä sekä muokielien toistumattomuus muussa logossa ja saa katsojan miettimään onko kyse eveteamista vai deveteamista. Tämä on ainoa mainitsemisen arvoinen asia jossa tavoitteen toteutuminen voidaan kyseenalaistaa. Muilta osin tavoite toteutuu täysin.”

Yritys on ajatusmaailmaltaan nuorekas sekä ketterä. Toteutuuko tämä viestintä

mielestäsi myös logossa?

”Kyllä. Typografia tukee näitä ajatuksia.”

Voisitko mieltää saavasi deveteamilta laadukkaat IT-ratkaisut? Antaako yritys ilme vaikutelman modernista ja dynaamisesta ympäristöstä toimivasta yrityksestä?

”Kyllä, toki sloganin professional - korostus saa aina epäilemään onko kyseessä sittenkään pro-toimija kun se pitää jo logossa nostaa esille :) eli slogania ehkä mieltäisin. Vertaa toimisko esim Nokia - professional mobile phone manufacturer tai Toyota - professional car builder.”

Onko typografia sekä värimaailma mielestäsi onnistunut?

”On. Tehosteväriä käyttäisin enemmän kuin yhden kirjaimen kohdalla, koska d-kirjain eroaa myös muodoltaan muusta typografiasta jolloin värillä korostaminen erottaa sitä entisestään muusta nimestä.”

Teemu Hostikan lausunnoille annoin suuren painoarvon, NTRNZ:n työnjälki puhuu puolestaan ja mainostoimisto on toteuttanut lukuisia yritys ilmeitä.

Yksi tärkeimmistä tavoitteista, nuorekkuus, toteutui logossa hyvin. Hostikan sanoin toimialasta riippumaton ilme antaa myös mukavaa liikkumavaraa Deveteamin yritys ilmeelle, nuorena yrityksenä Deveteamin palvelut luultavasti vain laajenevat entisestään. Hostikka mieltää suoraviivaisesti yritys ilmeen IT-alan toimijalle sopivaksi, minkä lasken positiiviseksi toteutumaksi. Logolla ohjataan siis potentiaalisia asiakkaita kenties mieltämään Deveteamilta saatavan palvelun tarvitun kaltaiseksi, ennen yrityksen tarjontaan tutustumistakin.

Hostikka pitää dataconnector symbolia onnistuunena graafisena elementtinä logossa, mikä oli erittäin rohkaiseva palaute työprosessin jatkoa mieltäessä. Yritykselle on löytynyt hyvin toimiva graafinen keulakuva, jonka on myös tunnistettava muillekin, kuin IT-alalla tiiviisti työskenteleville.

Dataconnectorin toiminen sekä graafisena symbolina että myös kirjaimena osana deveteam tekstiä asetti omat haasteensa helppolukuiselle kokonaisuudelle ja tästä myös Teemu Hostikka on tehnyt oman havainnointinsa. Kun logo toistuu tumma/vaalea – pohjaisena on dataconnectorin väri eroava muusta tekstirungosta, Hostikan havainnon mukaan asiakas voi olla epävarma mielletäänkö graafinen symboli osaksi yrityksen nimeä, vai onko yritys nimeltään eveteam. Kun logo toistuu punaisella pohjalla eroavuutta ei juurikaan ole, sillä punaisella pohjalla myös dataconnector on väriltään vastaava muuta logon runkoa. Selkeä kehittämiskohde on siis ohjata logon ulkoasua helppolukuisempaan suuntaan. Mahdollinen ratkaisu voisi olla dataconnectorin riisuminen punaisesta väristään myös mustalla ja valkoisella pohjalla toistuessa, näin d-kirjainta esittävä dataconnector olisi paremmin hahmotettavissa osaksi 'deveteam' nimeä. Toisaalta juuri näiden ongelmien takia Hostikka ehdottaa tehovärien käyttöä myös muiden kirjaimien kohdalla. Eli ratkaisuvaihtoehtona oli myös värin lisääminen.

Nuorekas ja ketterä ilme toistuu Hostikan mukaan typografian kautta. Nuorekkuuden korostaminen ja ketterä toiminta sai siis lisää vahvaa ilmaisumuotoa typografian kautta. Kenties tärkeimpänä tavoitteena toiminut nuorekas ilme vaikutti siis erittäin hyvin toteutuneelta tavoitteelta.

Hostikka mieltäisi saavansa Deveteamiltä laadukkaat IT-ratkaisut, mutta nostaa kuitenkin esille sloganin toimivuuden. 'Professional solutions'. Slogani oli jäänyt vähälle huomiolle yritysilmettä työstäessä, eikä oikeastaan ollut osana omaa suunnitteluprojektiani, mutta esitin palautteen Deveteamille ja slogani otettiin harkintaan. Hostikka ottaa esimerkeiksi Toyotan sekä Nokian, joiden arvokkuus ja mielikuva huippulaadusta saa pienen särön mikäli osaamista alleviivataan sanoin. Erittäin hyvä pointti, slogani siis hieman ristiriidassa arvokkaan ja ammattimaisen brändin rakennuksen suhteen. On tärkeää suunnitella kuinka kestävä brandi rakennetaan.

5.2 Tomi Huotarin palaute

Tomi Huotari toimii NTRNZ mainostoimistossa Art Directorina ja on toteuttanut lukuisia yritysilmkeitä. Huotarilta sain kommentit keskittyen pääasiassa käyntikorttien ulkoasuun.

Deveteam mieltää olevansa nuorekas ja ketterä yritys, tukeeko käyntikortin ulkoasu mielestäsi tätä ajatusta?

”Kortin särmikäs tausta tuo kyllä ilmeeseen nuorekuutta, mutta pelkistetty yleisilme pitää kortin silti tarpeeksi asiallisena ohjelmistoratkaisuja tarjoavalle yritykselle.”

Sopiiko käyntikortin graafinen ulkoasu mielestäsi hyvin yritysilmkeen kokonaisuuteen?

”Kyllä, ainoastaan fonttivalinnat voisivat olla yhdenmukaisempia.”

Deveteam toimii IT-alalla ja tarjoaa ohjelmistopaketteja asiakkailleen.

Koetko yleisilmkeen sopivaksi tämänkaltaisella toimialalla liikkuvalla yritykselle?

”Asiallisuus ja simpeli totetus toimii. Plussana nettisivuilla koodauksessa käytetyt nykyaikaiset ratkaisut, jotka toimivat hyvin myös mobiililaitteilla.”

Koetko yritysilmkeen yhtenäisen värimaailman toimivaksi?

”Joidenkin sivuilla olevien elementtien/kuvien punaisen värin sävy ei ole sama. Onko tietoinen ratkaisu vai eivätkö ole viimeistelyjä, who knows?”

Tomi Huotarin palautteen pohjalta käyntikorttien suhteen yleiset tavoitteet toteutuivat hyvin, nuorekas ilme joka on kuitenkin asiallinen. Fonttivalinnat Huotari nostaa kuitenkin esiin. Tomi Huotari kaipaisi käyntikorttien graafisen ulkoasun sopivan kirjasintyyppiltään paremmin muuhun yritysilmkeeseen (Huotarille esitetty Deveteamin websivu oli tässä vaiheessa vielä kesken, eikä ratkaisuja kirjaisimien suhteen oltu vielä tehty kaikille sivuille.).

Huotari pitää websivujen toteutusta toimivana. Huotarin mieleen ovat nykyaikaiset ratkaisut koodauksen suhteen, kuten parallax scroll –tekniikka. Huotari pitää websivun mobiiliversiota myös toimivana. Huotari nostaa esiin punaisen värin sävyvaihtelut. Huotari huomaa että websivun sisällä olevat elementit poikkeavat Deveteamin virallisesta punasävystä. Tämä oli tietoinen ratkaisu ja koettiin elävöittävän sivustoa.

5.3 Ilkka Tahvanaisen palaute

Ilkka Tahvanainen on tehnyt pitkän uran IT-alalla ja toiminut CCC:llä ohjelmistoprojektien johtotehtävissä, tällä hetkellä Tahvanainen työskentelee 3D-mallinnusprojekteja toteuttavassa Stormbit –yrityksessä. Tahvanaisen kommenttien perusteella tutkin kuinka IT-alaa lähemmin tunteva kokee yritysilmeen lähettämän viestin.

Minkälaisia mielikuvia yritysilme herättää?

”Ammattimainen toimija. Antaa kuvan isommasta toimijasta, kuin DT vielä toistaiseksi on.”

Koetko dataconnectorin oivaltavaksi ja oikeaan suuntaan ohjaavaksi logoelementiksi it-alan ammattilaisen näkökulmasta?

”Ei oikein ”kolahda”. Jotenkin dataconnectorin kuva viittaa mielestäni enemmänkin sähköasennusyritykseen. Se ei myöskään kuvaa tarpeeksi d -kirjainta.”

Yksi isoimmista tavoitteista logon suhteen oli luoda selkeä, yksinkertainen, helppolukuinen logo. Toteutuuko logossa mielestäsi tämä tavoite?

”Mielestän ei, kts. vastaus edelliseen kysymykseen.”

Koetko yritysilmeen pohjalta Deveteamin pystyvän tarjoamaan korkealaatuisia it-alan ratkaisuja?

”Kyllä. Jos sivuilla vieraileville syntyy mielikuva keskisuuresta toimijasta, olisi hyvä olla vastauksia valmiina; DT:llä on paljon kumppaneita, joiden kanssa ratkaisuja toteutetaan. Myös vastausta mahdolliseen kysymykseen siitä, miten pienellä toimijalla voi olla näin laaja tarjoama.”

Miellätkö yritysilmeen viestivän modernissa ja dynaamisessa ympäristössä toimivasta yrityksestä?

”Mieleen tulee väistämättä CCC:n yritysilme. Se on mielestäni hyvä ja sen tulisi viestiä vakaasta ja luotettavasta toimijasta sen sijaan, että haettaisiin kovasti modernia ilmettä. Elikkä vastaus; ei vahvasti viesti modernista ja dynaamisesta ympäristöstä.”

Onko Deveteamin websivu mielestäsi miellyttävä navigoinnin näkökulmasta?

”On selkeä ja yksinkertainen, eli siis miellyttävä.”

Pidätkö ratkaisu -sivuilla hyödynnettyä parallax scroller (vertikaali navigointi hiiren rullan/ympyröiden linkkien kautta) tekniikkaa toimivana?

”On toimiva ja nykyaikainen. Haasteena voi olla, että kaikki käyttäjät eivät osaa toiminnallisuutta vielä hyödyntää.”

Muuta:

”Minua pikkuisen häiritsee kirjainten ”varjostus”. Varsinkin pienessä fontissa aiheuttaa ”sotkuisuutta”.”

Ilkka Tahvanaisen kommenttien perusteella osa tavoitteesta toteutuu, mutta myöskin osa jää toteutumatta. Tahvanainen saa Deveteamin yritysilmeestä kuvan ammattimaisesta toimijasta mikä on ehdottoman tärkeää yrityksen tavoitteiden kannalta. Tahvanainen tuntee Deveteamin toimintaa lähempää ja tietää Deveteamin henkilöstön koon ja mainitsee että yritysilme viestii isommasta kokonaisuudesta kuin Deveteam vielä onkaan.

Kun tarkastellaan logon tavoitteiden toteutumista lähempää Tahvanaisen kommenttien kautta, jää tärkeimmät tavoitteet toteutumatta. Tahvanainen ei miellä että dataconnector symbolina ohjaa ainakaan IT-alan ammattilaista oikeaan suuntaan, vaan pikemminkin antaa kuvaa täysin toisen alan tarjonnasta. Tahvanainen ei myöskään miellä logoa helppolukuiseksi ja yksinkertaiseksi, johtuen d-kirjaimen epäselvästä muodosta.

Teemu Hostikka mainitsi saman asian logon helppolukuisuuteen viitaten. Palautteen pohjalta kirjoitusasua kannattaa harkita vielä uudelleen.

Tahvanaisen tarkastellessa yritysilmettä laajemmin, huomioiden myös websivut sekä käyntikortit, nousee esiin yhtäläisyys CCC:n yritysilmeseen (Nykyisin nimellä Nortal). (liite 12) Tahvanainen löytää Deveteamin yritysilmestä samankaltaisuuksia ja näkee yritysilmeen viestivän vakaasta ja luotettavasta toimijasta modernin sijaan. Tavoite yritysilmeen suhteen oli ohjata katsoja mieltämään Deveteam ennemmin modernin ja dynaamisen ympäristön toimijaksi. Kuitenkin Tahvanainen näkee tämän positiivisena asiana, vakaa ja luotettava ovat hyviä viestejä yritykselle lähetettäväksi.

Websivut ovat Tahvanaisen mielestä miellyttävät selattavat selkeytensä ja yksinkertaisuutensa vuoksi. Ratkaisut sivuilla hyödynnetty parallax scroll –tekniikka osoittautuu myös toimivaksi navigointimuodoksi Tahvanaisen palautteen pohjalta. Kirjainten varjostus nousee kuitenkin esiin mahdollisena parannuksen aiheena.

5.4 Deveteamin palaute

Projektin lopussa keräsin palautteen Deveteamiltä jossa käytiin yleisesti läpi miten hyvin yritysilmme onnistui tavoitteisiin nähden.

Deveteamin kommentit:

”Tavoitteena oli modernisoida Deveteamin graafista yritysilmettä perinteisestä tyylistä poikkeavaan modernimpaan tyyliin.

Tavoitteena oli konkreettisesti luoda Deveteamille uusi logo, uudistaa web sivusto sekä käyntikortit ja esitemateriaalien graafinen ilme.”

”Työn alkaessa Deveteamin puolelta ei annettu tarkkoja määrittäyksiä. Avainsanoja joista ideaa yritysilmelälle lähdettiin ammentamaan olivat kineettinen, ketterä, nuorekas, sekä ammattitaitoinen. Jaakko Lohinivan tekemiä idea-aihoita käytiin yhdessä lävitse jotta löydettiin yhteinen näkemys etenemissuunnasta.

Oikean suunnan löydyttyä eteni työ nopeasti ja saavutettiin erinomaisia lopputuloksia.”

”Logossa onnistuttiin Deveteamin mielestä erinomaisesti. Tavoitteena oli yhdistää logoon yrityksen toimialaan liittyvä pieni elementti.

Tämä toteutui logossa hienosti alkukirjaimen muuttamisella ns. Dataconnector kuvaajaksi joka on hyvin yleinen ohjelmistoalalla.”

”Web sivuissa päädyttiin Jaakon ehdotusten perusteella retro tyyliseen punasävyyiseen ilmeeseen. Sivustot haluttiin pitää selkeinä ja helposti navigoitavana.

Samoin sivustoilla haluttiin hyödyntää web sivustojen uusia tyyliä kuten parallax scroll efektejä sekä haluttiin erottautua toimialalle usein tyypillisistä tylsäköistä sivustoista.

Mielestämme lopputuloksena syntyneissä web sivustoissa saavutettiin tavoitteet hienosti.”

”Käyntikorteissa haettiin räväkkää toimialan yleisistä tylsistä valkosävyyistä korteista poikkeavaa tyyliä.

Toteutettu korttimalli toteuttaa tavoitteet erinomaisesti.”

”Esitemateriaalien toteutus jäi hieman puutteelliseksi johtuen ajan puutteesta.

Powerpoint pohjat toteutettiin joissa onnistuttiin jatkamaan samoja teemoja kuin web sivustoilla ja käyntikortissa.”

kineettinen, ketterä, nuorekas, sekä ammattitaitoinen. Deveteamin antamien avainsanojen koettiin heijastuvan yritysilmelästä hyvin ja tuloksia pidettiin erinomaisina. Tärkeimmät viestinnälliset tavoitteet oli siis saavutettu ja työn graafinen puoli oli myös saanut myönteistä palautetta Teemu Hostikalta sekä Tomi Huotarilta.

Deveteam piti yritysilmettä siis kauttaaltaan onnistuneena, ainoastaan esitemateriaaliin yritys toivoi enemmän panostusta. Esitemateriaalin työstö pidemmälle ei lopulta ollut mahdollista ajan puutteen vuoksi. Logo, käynttikortti, sekä websivu priorisoitiin tärkeämmäksi.

Ilkka Tahvanainen nosti esille dataconnectorin harhaanjohtavana sekä huonona elementtinä yrityksen keulakuvaksi. Esitin palautteen Deveteamille ja tiedostelin halukkuutta kehittää logoelementtiä toiseen suuntaan. Deveteam kuitenkin piti dataconnectoria erinomaisena keulakuvana ja vakuutti että symboli on erittäin kuvaava ohjelmistoalalla. Dataconnector siis jakoi mielipiteitä myös IT-alan ammattilaisten keskuudessa. Graafiselta ilmeeltään logo koettiin myös onnistuneeksi. Teemu Hostikka ja Tomi Huotari antoivat myönteistä palautetta logon ulkoasusta.

Websivut koettiin myös onnistuneeksi. Hyvää palautetta navigoinnista antoivat Deveteam, Ilkka Tahvanainen sekä Tomi Huotari. Websivun toteutuksessa haettiin samaa nuorekkuutta ja modernisuutta mitä yritysilme itsessään edustaa ja pyrittiin hyödyntämään uusimpia webdesignin trendejä. Hieman rohkeakin lähestymistapa palkittiin ja tulokseen oltiin tyytyväisiä. Sivustokokonaisuus koettiin positiivisesti erottuvana.

6. POHDINTA

Deveteamin yritysilmelme rakentui muotoonsa lopulta suurienkin muutosten kautta. Logo kehittyi eteenpäin kristallin teemoittamasta muodostaan kohti datasympolia, elementtiä josta tuli lopulta kantava graafinen voima yritysilmelle.

Kineettisyyden ja liikkeen kuvaaminen logossa oli projektin haasteellisin osa, koska logolta edellytettiin myös yksinkertaista ilmaisumuotoa. Kineettisyyttä kuvaavat logoelementit olivat alkuvaiheessa liian abstrakteja eivätkä täyttäneet logon yksinkertaisen muodon tavoitetta. Dataconnector ideaa kehitellessä löydettiin kuitenkin jatkuvan muodon kautta liikettä, sekä samalla yrityksen toimintaa kuvaava symboli.

Websivun navigointi osoittautui toimivaksi ratkaisuksi ja vastaanotto oli positiivista. Navigointi saatiin rakennettua mielenkiintoiseksi ja helppolukuiseksi. Modernia yleiskuvaa saatiin vahvistettua parallax scroll –tekniikan avulla, joka on nousevassa suosiossa web-suunnittelun keskuudessa. Websivu koettiin istuvan hyvin yritysilmeseen, tukien Deveteamin yritysviestintää, vahvistaen erityisesti modernin toimijan viestiä.

Pyrin huomioimaan Deveteamin viestintätavoitteet kaikissa ratkaisuisissa, joita logon, websivun sekä käyntikorttien parissa kävin läpi. Kiinnittämällä huomiota avainsanoihin sekä korostamalla viestiä saatiin aikaan identiteetti joka kulkee läpi koko yritysilmeen. ja jonka Deveteam haluaa asiakkailleen välittää.

Koen yritysilmeen onnistuneeksi. Asiakas koki, että oikeanlainen viesti välittyi ja oli tyytyväinen työstämäni grafiikkaan. Palaute on kerätty rajatulta kohderyhmältä, joten yritysilmeen laajempi vastaanotto nähdään vasta Deveteamin toiminnan laajentuessa. Palautteen pohjalta voidaan kuitenkin todeta yritysilmelme onnistuneeksi. Tärkeimpien tavoitteiden koettiin täytyvän, mutta logon helppolukuisuutta kuitenkin kyseenalaistettiin. Logoon ei kuitenkaan haluttu tehdä muutoksia Deveteamin puolesta, sen koettiin toimivan halutulla tavalla.

Dataconnector-symbolin hahmottaminen osaksi yrityksen kirjoitusasua tuotti osalle palauteryhmästä vaikeuksia, mikä oli yllättävä tulos. Itse projektia työstäneenä sekä

Deveteamia läheltä seuranneena, palauteryhmä oli kenties liian lähellä prosessia huomatakseen vaikealukuisuuden. Yrityksen nimen etukäteen tuntevana on toki helppo yhdistää dataconnector osaksi kirjoitusasua. Tahvanaisen sekä Hostikan palaute logon vaikealukuisuudesta otetaan huomioon, ja mahdollisia muutoksia harkitaan projektin jatkuessa myöhemmin.

Deveteamin viestinnällisten tavoitteiden ymmärtäminen sekä oikealla tavalla eteenpäin välittäminen vaati asiakkaan pitämistä lähellä projektia. Raportoin Deveteamille tiheästi prosessin eri vaiheista sekä sen hetkisistä tuloksista. Eri versioiden pohjalta käydyistä keskusteluista löydettiin useimmiten suunta joka ajoi graafista ilmettä lähemmäs oikeaa viestiä. Tiivis yhteydenpito oli selkeästi yksi työprosessin kulmakiviä.

Projekti oli ehdottomasti omaa ammattitaitoa kasvattava. Pääsin lähemmäs prosessia jossa luodaan yritykselle selkeää identiteettiä. Kautta graafisen linjan kulkeva viestin tavoittelu tuntui selvästi vievän työprosessia ammattilaisten suuntaan, yritysilmettä suunnittelevat mainostoimistot pyrkivät yleensä pelkän graafisen ulkoasun lisäksi brändäämään yritystä.

Yhteistyö Deveteamin kanssa jatkuu. Keskenäisiä websivuja lähdetään työstämään kohti loppullista versiota sekä suunnitellaan muita tapoja vahvistamaan Deveteamin tuoretta ilmettä.

LÄHTEET

Rivers, Charlotte 2003. IDENTIFY, Building brand through letterheads, logos and businesscards. Sveitsi, A Rotovision Book.

Lupton, Ellen, Cole Phillips, Jennifer 2008. Graphic Design: The New Basics. Princeton Architectural Press.

Airey, David 2009. Logo Design Love: A Guide to Creating Iconic Brand Identities (Voices That Matter). New Riders.

Lewis, John 2007. Typography: Design and practice. Jeremy Mills Publishing.

Felke-Morris, Terry 2013. Basics of Web Design: HTML5 & CSS3. Addison Wesley.

Lee Stone, Terry 2008. Color Design: A Real-World Guide to Using Color in Graphic Design. Rockport Publishers.

Wheeler, Alina 2012. Designing Brand Identity: An Essential Guide for the Whole Branding Team. John Wiley & Sons: 4th Edition edition.

Geiger, Thorsten 2009. Tres Logos. Berlin, Gestalten.

Klanten, Robert 2010. Los Logos. Berlin, Gestalten.

Ward, Craig 2012. Computer arts lehden artikkeli. Tighten up your typography. Computer arts, Future UK

Lewandowski, Dawn 2012. Computer arts lehden artikkeli. Create unique type that works. Computer arts, Future UK

Carson, Nick 2012. ILLUSTRATION Insight and inspiration from the global design industry. Future UK

The ultimate guide to logo design: 30 expert tips, 2013. CB Creative Bloq, Graafisen suunnittelun blogi. Hakupäivä 29.1.2013

<<http://www.creativebloq.com/graphic-design/pro-guide-logo-design-21221>>

Which is better - Photoshop or Illustrator? 2013. CB Creative Bloq, Graafisen suunnittelun blogi. Hakupäivä 25.2.2013

<<http://www.creativebloq.com/adobe/which-better-photoshop-or-illustrator-12121500>>

Aineisto-ohje. Joutsen median painotalo. Hakupäivä 7.3.2013

<<http://www.joutsenmedianpainotalo.fi/?p=86>>

About WordPress. WordPress julkaisujärjestelmän kotisivu. Hakupäivä 6.2.2013

<<http://wordpress.org/about/>>

Suomen IT-osaaminen iskussa 2005. Suomen ulkoasiainministeriön kotisivu. Hakupäivä 10.3.2013

<<http://www.finland.org/public/default.aspx?contentid=148166&nodeid=35833&contentlan=1&culture=fi-FI>>

Retro/Vintage websites 2013. SiteInspire, referenssigalleria websivuista. Hakupäivä 2.2.2013

<<http://www.siteinspire.com/websites?categories=102>>

Sites of the Week 2013. Abduzeedo, referenssigalleria websivuista. Hakupäivä 29.1.2013

<<http://abduzeedo.com/tags/sites-week>>

Super easy parallax effect with JQuery. Abduzeedo, tutoriaali parallax scroll –efektiin. Hakupäivä 5.3.2013

<<http://abduzeedo.com/super-easy-parallax-effect-jquery>>

LIITTEET

- Liite 1. Kristalliteemaiset logoehdotukset
- Liite 2. Kineettiset logoehdotukset
- Liite 3. Dataconnector logoehdotukset
- Liite 4. Dataconnector
- Liite 5. Websivun eri versiot
- Liite 6. Käyntikortti
- Liite 7. Esitemateriaali ja twitter
- Liite 8. Nortalin yritysilme
- Liite 9. Deveteamin ikonigrafiikka
- Liite 10. Parallax scroll –ulkoasu
- Liite 11. Websivun lopullinen versio
- Liite 12. CCC:n yritysilme

LOGODRAFT 1



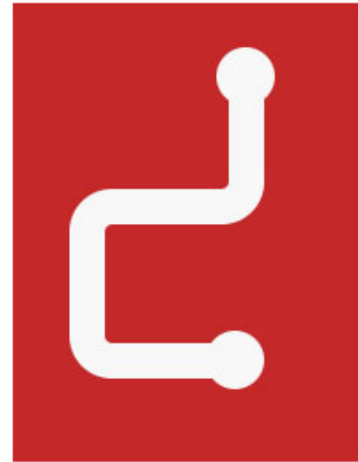
LOGODRAFT 2



LOGODRAFT 3



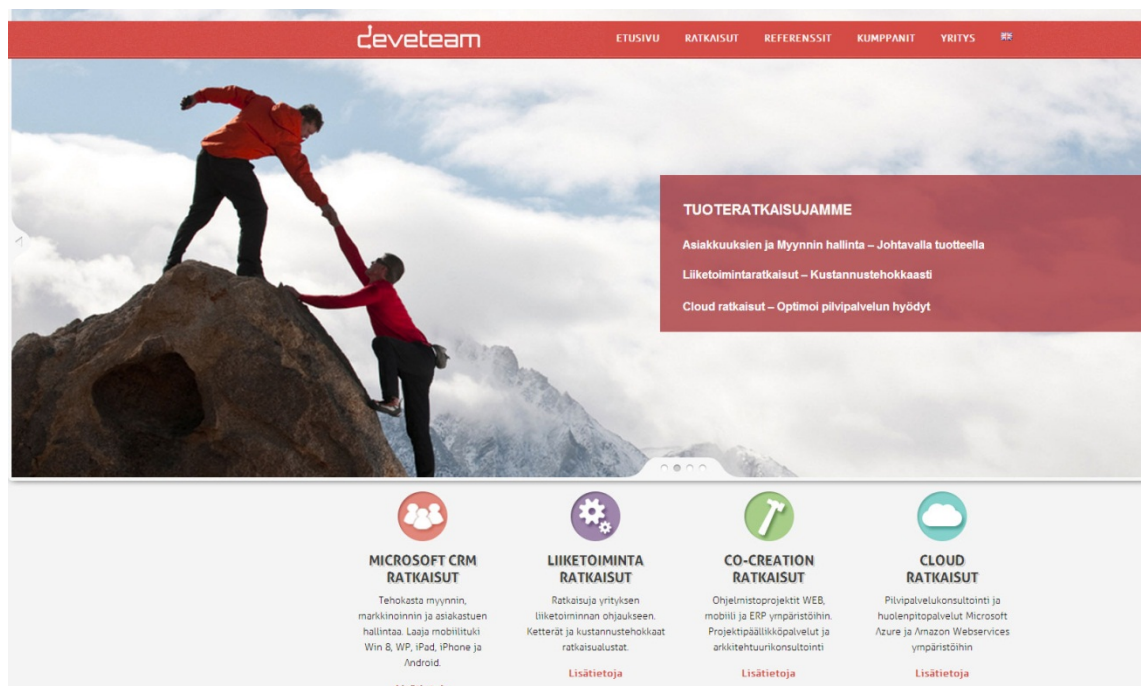
DATCONNECTOR
+ LOGOT



deveteam
professional solutions

deveteam
professional solutions

deveteam
professional solutions



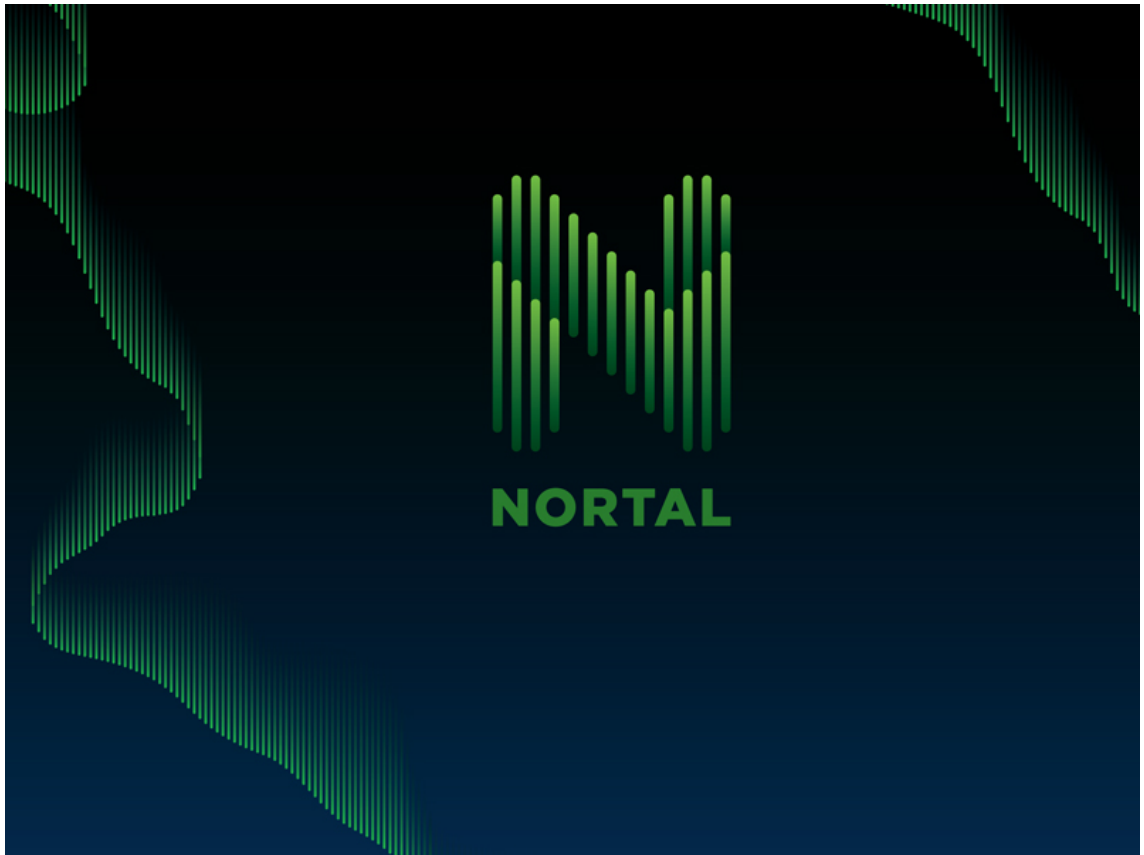


Erkki Lohiniva
 Chief Executive Officer

+358 40 5149451
erkki.lohiniva@deveteam.com
www.deveteam.com








deveteam
ETUSIVU RATKAISUT REFERENSsit KUMPPANIT YRITYS RF

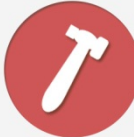
RATKAISUT



**MICROSOFT CRM
RATKAISUT**

Tehokasta myynnin, markkinoinnin ja asiakastuen hallintaa. Laaja mobiilituki Win 8, WP, iPad, iPhone ja Android.


[lisätietoja](#)



**CO-CREATION
RATKAISUT**

Ohjelmistoprojektit WEB, mobiili ja ERP ympäristöihin. Projektipäällikköpalvelut ja arkkitehtuurinkonsultointi


[lisätietoja](#)



**LIIKETOIMINTA
RATKAISUT**

Ratkaisuja yrityksen liiketoiminnan ohjaukseen. Ketterät ja kustannustehokkaat ratkaisualustat.

[lisätietoja](#)



**CLOUD
RATKAISUT**

Pilvipalvelukonsultointi ja huolenpito palvelut Microsoft Azure ja Amazon Webservices ympäristöihin

[lisätietoja](#)

VIIMEISIMMÄT TWIITIT

Deveteam on liittynyt Amazon Webservices Partner Networkin jäseneksi *about 39 days ago*

Deveteam Rescon kumppaniksi. Kumppanuuden kautta CRM Mobiilipalvelunsa laajenee (Windows 8, WP 8, Android, iPhone, iPad) *about 89 days ago*

HAKU

GO

YHTEYSTIEDOT

Deveteam Oy
Osasto:
Yödytite 4 90400 Oulu, Suomi
Puhelin:
+358 40 5149451
Email:
info@deveteam.com

© Deveteam Oy 2012

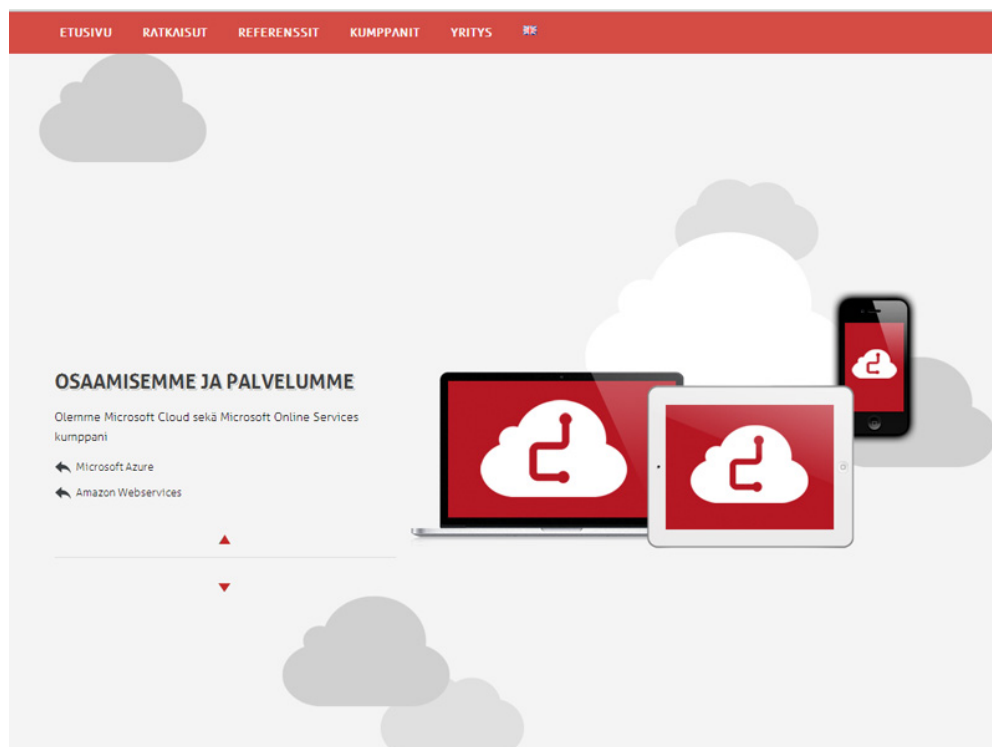
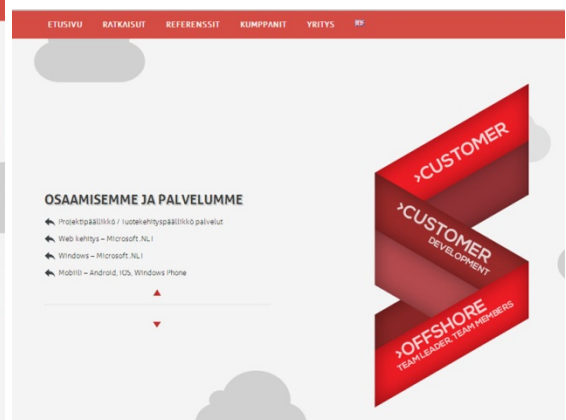
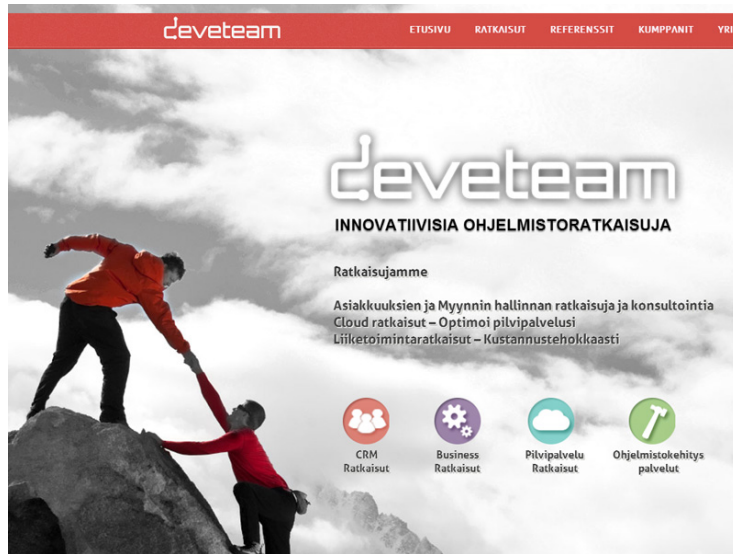
ETUSIVU RATKAISUT REFERENSSIT KUMPPANIT YRITYS 

OSAAMISEMME JA PALVELUMME

- ← Olemme Microsoftin Dynamics CRM sertifioitu yritys
- ← Vahva osaaminen ohjelmistokehityksestä – Avainhenkilöllä yli 20 vuoden kokemus
- ← Projektien johtaminen
- ← Asiakasyhteistyö – Olemme tottuneet työskentelemään yhdessä asiakkaiden kanssa
- ← Asennuspalvelut – CRM asennettuna ja konfiguroituna
- ← Räätelöinti ja sovelluskehitys – Palvelut CRM mukauttamisiin ja .NET/JavaScript kehityksen tarpeisiin
- ← Koulutus ja tuki – Koulutus ja tekniset tukipalvelut
- ← CRM Lisenssit – Microsoft CRM Online lisenssit kauttamme
- ← Konsultointi – CRM sovellus ja tekninen konsultointi



The image shows a desktop monitor and a Nokia smartphone displaying the MobileCRM application interface. The desktop screen shows a dashboard with a sidebar menu (Dashboard, Activities, Accounts, Contacts, Competitors, Leads, Opportunities) and a main content area with a pie chart for 'Orders' and a bar chart for 'Opportunities'. The smartphone screen shows a similar interface with a list of menu items: Activities, Tourplan, Accounts, Contacts, Leads, Opportunities, and Quotes.



NORTAL

Mitä teemme Referenssit Nortal Rekryointi

Uusimmat uutiset

Tekniikka&Talous: Suomen it-tavat kummastuttavat virolaisjohtajaa
14. MAALISKUU 2013

Nortalin toteuttamat järjestelmät tukevat Viron Työttömyyskassan jokapäiväistä toimintaa
12. HELMIKUU 2013

Nortal ja Neste Oil – yli kymmenen vuotta menestyksestä yhteistyötä
9. LOKAKUU 2012

Nortal hienosti esillä Suomen mediassa
28. SYYSKUU 2012

Avoimet työpaikat

Senior Java EE Developer (2) 📍 Belgrade

Senior Software Engineer 📍 Bucharest

[Kaikki avoimet työpaikat](#)