

Jenni Pussinen

## **YRITYKSEN GRAAFISEN ILMEEN UUDISTAMINEN**

Insinööritoimisto LVI-Naamanka Oy

# **YRITYKSEN GRAAFISEN ILMEEN UUDISTAMINEN**

Insinööritoimisto LVI-Naamanka Oy

Jenni Pussinen  
Opinnäytetyö  
Kevät 2017  
Tietojenkäsittelyn koulutusohjelma  
Oulun ammattikorkeakoulu

## TIIVISTELMÄ

Oulun ammattikorkeakoulu  
Tietojenkäsittelyn koulutusohjelma, Internet-palvelut ja digitaalinen media

---

Tekijä: Jenni Pussinen

Opinnäytetyön nimi: Yrityksen graafisen ilmeen uudistaminen

Työn ohjaaja: Eero Leskinen

Työn valmistumislukukausi ja -vuosi: Kevät 2017

Sivumäärä: 30 + 3

---

Tämän opinnäytetyön aiheena oli suunnitella yritykselle ajanmukainen graafinen ilme, joka sisälsi logon ja web-sivuston suunnittelun. Tavoitteena oli suunnitella yritystä kuvaava logo ja löytää web-sivustolle sopiva sisällönhallintaohjelmisto. Toimeksiantajana toimi oululainen Insinööri-toimisto LVI-Naamanka Oy.

Opinnäytetyön teoriaosa käsitteli graafista suunnittelua ja sen eri osa-alueita. Teoria käsitteli lisäksi myös logon merkitystä ja web-sivuston suunnittelua käyttöliittymäsuunnittelun osalta. Opinnäytetyön käytännön osuudessa käytiin läpi toiminnallinen suunnitteluprosessi ja lopputulokset. Tietolähteinä käytettiin alan kirjallisuutta sekä Internetiä.

Projektin tuloksena saatiin aikaan uudistettu, raikas ja selkeä ulkoasusuunnitelma, joka on yhtenevä logon ja web-sivuston osalta. Logon ulkoasu on toteutettu hyödyntämällä hallitsevia logotrendejä sekä yrityksen toiveita. Jatkotoimintoja varten tutkittiin ja päätettiin sopiva julkaisualusta tulevaisuudessa toteutettavalle web-sivustolle, jonka toteutusvaiheessa tämä opinnäytetyö on hyödynnettävissä.

---

Asiasanat: graafinen suunnittelu, graafinen ilme, www-sivut, logo, sisällönhallinta

## ABSTRACT

Oulu University of Applied Sciences  
Business Information Systems, Internet Services and Digital Media

---

Author: Jenni Pussinen

Title of thesis: Upgrading company graphical design

Supervisor: Eero Leskinen

Term and year when the thesis was submitted: Spring 2017      Number of pages: 30 + 3

---

The topic of this thesis was to design up-to-date graphical design for the company. This graphical design includes creating the logo and website layout. The goal of this thesis was to design a logo which describes the company and to find a suitable publishing platform for the website. This thesis was commissioned by Insinööritoimisto LVI-Naamanka Oy from Oulu.

The theoretical background of the thesis deals with graphic design and its various sub-areas. Furthermore, the theory section discusses the importance of a logo and website design together with user interface design. The practical part of the thesis focuses on the functional design of the process and the final results. The information sources used in this thesis are consisted of professional literature and the Internet.

The result of the project was upgraded, fresh and clear layout plan that is congruent with the logo and website. Logo design was carried out by utilizing the prevailing logo trends, as well as the company's wishes. For further action there was a research on suitable publishing platform for the website that will be implemented in the near future. For this purpose, thesis functions as an appropriate guideline for the website.

---

Keywords: graphic design, graphic look, web-site, logo, publishing platform

# SISÄLLYS

1	JOHDANTO .....	6
2	GRAAFISEN ILMEEN SUUNNITTELU.....	8
2.1	Värit.....	8
2.2	Typografia .....	10
2.3	Sommittelu .....	11
2.4	Logo .....	12
2.5	Trendit .....	13
3	WEB-SIVUSTON SUUNNITTELU .....	15
4	JULKAISUALUSTAN VERTAILU.....	17
4.1	WordPress.....	17
4.2	Joomla.....	18
4.3	Drupal.....	19
5	GRAAFISEN ILMEEN UUDISTAMINEN.....	20
5.1	Logon suunnittelun toteutus .....	20
5.2	Web-sivuston suunnittelun toteutus.....	24
6	POHDINTA .....	30
	LÄHTEET.....	31

# 1 JOHDANTO

Opinnäytetyössäni käsittelen Insinööritoimisto LVI-Naamanka Oy:n graafisen ilmeen uudistamisprosessia yrityksen logon ja web-sivuston osalta. Kiinnostukseni graafiseen suunnitteluun ja käyttöliittymäsuunnitteluun vaikuttivat keskeisesti toimeksiannon valintaan. Haluankin opinnoissani opettettujen perusteiden pohjalta syventää osaamistani näillä osa-alueilla ja soveltaa oppimaani teoriaa käytäntöön. Työssäni pyrin keskittymään graafiseen suunnitteluun logon ja web-sivuston osalta sekä soveltamaan käyttöliittymäsuunnittelua web-sivuston suunnittelussa.

Opinnäytetyön toimeksiantaja on Insinööritoimisto LVI-Naamanka Oy ja yhteyshenkilönä toimii yrityksen nykyinen toimitusjohtaja Mikko Naamanka. Yritys on perustettu Oulussa vuonna 1988 Jouko Naamangan toimesta ja toimisto sijaitsee nykyään Oulun keskustassa. Yrityksessä työskentelee 2 – 3 henkilöä. Yritys toteuttaa LVI-teknillisiä (lämmitys, vesi ja ilmanvaihto) pohjapiirrossuunnitelmia uudisrakennuksiin ja remontoitaviin suuriin kohteisiin, kuten kouluihin tai kerrostaloihin. Toimeksiannon katsotaan olevan ajankohtainen pienen perheyrityksen johdon sukupolvenvaihdon myötä, jolloin graafinen ilme tahdotaan myös päivittää nykyaikaan.

Tavoitteena on päivittää yrityksen logo ja web-sivusto kokonaisuutena kuvastamaan yritystä paremmin, sekä löytämään ratkaisu koettuihin web-sivuston ongelmakohtiin. Yrityksellä ei ole graafista ohjeistusta entuudestaan, joten yksi tavoitteellinen osa-alue on suunnitella yhtenäinen graafinen ilme. Tavoitteita lähdetään tavoittelemaan käymällä läpi graafista suunnittelua ja logon suunnittelua käsittelevää teoriaa, jonka pohjalta luonnostellaan yrityksen toiveita noudattaen logomalleja. Graafisen suunnittelun teoriaa voidaan soveltaa myös web-sivuston ulkoasun suunnitteluun, mutta lisäksi huomioidaan myös web-sivun rakennetta toimivuuden kannalta.

Yleisesti katsottuna opintoihini kuulunut graafisen suunnittelun teoria on loppujen lopuksi vain pintaraapaisu, mutta se auttaa eri osa-alueiden kokonaisvaltaisessa hahmottamisessa. Näiden tietojen pohjalta lähdetään suunnitteluprosessia rakentamaan, esimerkiksi millaisia asioita on otettava suunnittelussa huomioon tai millaisia työkaluja pystyn työssäni hyödyntämään. Uskon tämän työn puolestaan auttavan minua itseäni hahmottamaan mitä kaikkea graafinen suunnittelu ammattimielessä vaatii. Samalla saan arvokasta kokemusta sekä palautetta asiakkaalta.

Opinnäytetyö jakautuu kahteen osaan, joista ensimmäisenä esitetään graafiseen suunnitteluun liittyviä perusteita: väri, typografia, sommittelu, logo ja trendit. Lisäksi esitetään web-suunnittelun perusteita tukena graafiselle suunnittelulle. Teoriaosuuden on tarkoitus luoda näkökulmaa, joita opinnäytetyössä tullaan huomioimaan ja joihin tullaan tukeutumaan erilaisia valintoja tehdessä. Toisessa osassa esitetään toimeksianto, yrityksen nykyinen logo ja web-sivusto sekä niiden ongelmakohdat. Lisäksi käydään läpi toteutettava työ vaiheittain ja kerrotaan mitä työssä on huomioitu, jotta kyseiseen lopputulokseen on päädytty. Viimeisenä on yhteenveto työstä ja pohdintaa työn etenemisestä ja lopputuloksesta.

## 2 GRAAFISEN ILMEEN SUUNNITTELU

Graafinen ilme on tärkeä ja näkyvä osa yrityksen identiteettiä. Graafinen ilme määrittää tyylin, muodot ja värit, joita yritys käyttää viestinnässään. Oleellinen osa sitä on yrityksen logo, tunnusväri, typografia sekä web-sivusto. Se myös kertoo aina jotain yrityksestä ja vaikuttaa mielikuvaan, jonka muodostamme yrityksestä. Ihminen tekee päätöksensä useimmiten tunteidensa pohjalta, joten graafisella suunnittelulla pyritään vetoamaan enemmän tunteisiin kuin järkeen. Ihminen myös muistaa paremmin näkemänsä kuin kuulemansa asiat, joten yritys voi esimerkiksi logonsa avulla jäädä helpommin mieleen. Graafisen ilmeen tarkoitus onkin siis kuvastaa yritystä, lisätä näkyvyyttä ja vahvistaa ihmisten mielikuvaa yrityksestä. Se on myös yrityksille keino erottua muista yrityksistä ja varsinkin kilpailijoistaan. (Kuutsa 2014, viitattu 14.11.2016; Loiri & Juholin 1998, 129.)

### 2.1 Värit

Värien näkeminen perustuu valon heijastumiseen erilaisista pinnoista ihmisen silmään, jonka näköhermot reagoivat heijastuvaan valoon ja välittävät tiedon aivoille. Valo on sähkömagneettista säteilyä ja sillä on oma aallonpituus sekä -korkeus. Ihminen pystyy havaitsemaan aallonpituudeltaan 400-700 nanometrin valoa. Ihminen on oppinut pitämään luontoa tietynvärisenä esim. sininen taivas tai vihreä ruoho. Kuitenkin ihmisen omat kokemukset ja elämäntavat heijastuvat siihen, kuinka nähtävä väri koetaan. (Pesonen 2007, 56–67.)

Myös eri koneet (tietokoneet, painokoneet, yms.) ymmärtävät värit eri tavalla ja suunnittelijan on määriteltävä tahtomansa värit esimerkiksi RGB- tai CMYK-väritilan mukaan riippuen työn luonteesta. RGB-väritilaa (Red = Punainen, Green = Vihreä, Blue = Sininen) käytetään digitaalisessa työssä värin määrittämiseen, sillä se perustuu näytön pikseleiden kirkkausarvojen säätelyyn väliltä 0–255 (tummasta valkoiseen). CMYK-väritila (Cyan = Syaani, Magenta = Magenta, Yellow = Keltainen, Key = Avainväri eli musta) on käytössä painotöissä, sillä se perustuu värien sekoittamiseen. Tietokoneella värin määrittäminen tapahtuu määrittämällä 0–100 (vaaleasta tummaan) prosenttiyksikköä, joka kertoo paljonko tarvitaan syaania, magentaa, keltaista ja mustaa väriä sekoitettuna keskenään halutun värin muodostamiseen. (Pesonen 2007, 80.)



Värejä voidaan käyttää julkaisun viestinnän apuna ja sillä voidaankin korostaa, erottaa tai järjestää. Värit vaikuttavat koko ympäristöönsä ja useamman värin vuorovaikutus on syytä ottaa huomioon, sillä värit näyttävät erilaisilta eriväristellä alustalla. Väreillä on merkitys myös tekstin luetavuuteen, koska tasavahvojen värien tai vastavärien käyttö hankaloittaa tekstin havaitsemista. (Pesonen 2007, 56–61.)

Väreillä on aina tietoinen tai tiedostamaton merkitys ja niiden käytöllä pyritään vaikuttamaan ihmisten mieleen. Värit herättävät tunteita, vaikuttavat mielialaan ja jokaisella värillä koetaan olevan oma symbolinen arvonsa. Värien merkitys voi kuitenkin muuttua asiansyhteyden tai kulttuurin mukaan. (Olesen 2016, viitattu 13.7.2016.)

Näin ollen graafisessa suunnittelussa on syytä ottaa huomioon värien mahdolliset merkitykset, joita ovat esimerkiksi seuraavat värit:

Punainen on vahva väri ja vie huomion. Se on lämmin väri, joka koetaan intohimon, energian ja veren värinä. Symbolisoi voimaa, johtajuutta, kunnianhimoa ja päättäväisyyttä. Punaisella voi olla myös negatiivinen merkitys, joka symbolisoi vihaa, vaaraa ja tuhoa. (Olesen 2016, viitattu 13.7.2016.)

Sininen on rauhoittava ja hillitsevä väri. Se on viileä ja luovuuden sekä älykkyyden väri. Se symbolisoi lojaalisuutta, voimaa, viisautta ja luottamusta. Sininen koetaan vastuullisena, turvallisena ja luotettavana värinä. (Olesen 2016, viitattu 13.7.2016.)

Keltainen on kirkkain väri ja symbolisoi nuoruutta, aurinkoa sekä iloisia tunnetiloja. Se koetaan kannustavana ja energisenä värinä. Keltainen edistää keskittymistä ja oppimista. Se voidaan myös kokea negatiivisena ja kuvastaa tällöin kateutta tai pelkoa. (Olesen 2016, viitattu 13.7.2016.)

Musta on voimakas väri ja asiansyhteydestä riippuen se koetaan vahvasti negatiivisena tai positiivisena värinä. Yleisesti se kuvastaa paha, pelottavaa, surullista ja kuolemaa, mutta vaatetuksessa se on tyylikkyyden ja arvokkuuden väri. (Olesen 2016, viitattu 13.7.2016.)

Valkoinen symbolisoi puhtautta, raikkautta ja hyvyttä. Web-sivustolla käytetään usein valkoista taustaa, sillä se on yksinkertainen ja musta teksti erottuu hyvin. Koetaan rauhallisuuden, hiljaisuuden, mukavuuden ja toivon värinä. (Olesen 2016, viitattu 13.7.2016.)

## 2.2 Typografia

Typografia tarkoittaa tekstin graafista ulkoasua. Typografiseen suunnitteluun sisältyy kirjainten ja värien valinnan lisäksi myös tekstin muotoilu ja sommittelu. Typografisen suunnittelun tarkoitus on vahvistaa tekstin sanomaa ja vaikuttaa sanoman ymmärtämiseen sekä kiinnittää lukijan huomio. (Loiri & Juholin 1998, 32.)

Tärkein osa suunnittelua on kirjaintyyppin valinta, sillä se herättää mielikuvia ja näin vaikuttaa julkaisun merkitykseen. Kirjaintyyppin valintaa voidaan perustella muun muassa sen sopivuudella kyseiseen julkaisuun, todellisella tai kuvitteellisella ominaisuudella tai sen luomilla mielikuvilla. Oikeaa valintatapaa on kuitenkin vaikea määrittellä, sillä jotkut tekevät sen vain vaistonvaraisesti. (Loiri & Juholin 1998, 34.)

Kirjaintyypit voidaan karkeasti jakaa kahteen ryhmään: antiikva- tai groteskikirjaimiin (katso *KUVIO 1*). Antiikvat ovat päätteellisiä kirjaimia, kuten esimerkiksi fontti Times New Roman. Groteskit ovat päätteettömiä kirjaimia ja tunnetuin esimerkkifontti on Arial. Kirjaintyyppi kannattaa valita julkaisun tarkoituksen ja helppolukuisuuden mukaan. Yleinen käytäntö on käyttää leipäteksteissä antiikvaa, koska kirjainten muodot eroavat selkeästi toisistaan. Groteskit ovat puolestaan vahvoja korostuksessa, joten se sopii otsikkoihin ja kuvateksteihin. (Pesonen 2007, 24–30.)

# Antiikva

Times New Roman

# Groteski

Arial

*KUVIO 1. Kirjaintyyppi ryhmät.*

Kirjainperhe käsittää saman kirjaintyyppin eri muodot, kuten laiha, normaali, lihavoitu ja kursivoitu. Aina ei siis tarvitse käyttää useampaa kirjaintyyppiä asian korostamiseen, sillä tekstiä voi erottaa toisistaan myös esim. lihavoimalla. (Pesonen 2007, 27.)

Kirjaintyyppin lisäksi lukijan mielenkiintoon ja tekstin sanomaan voidaan vaikuttaa myös typografisella kontrastilla. Tärkeimmät keinot ovat kokokontrasti eli kahden kirjainkoon ero, muotokontrasti

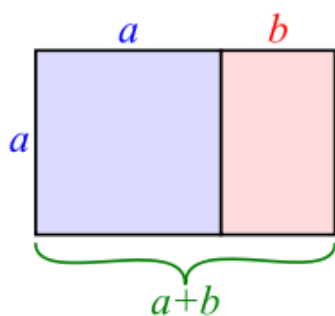
eli kaksi toisistaan poikkeavaa kirjaintyyliä, vahvuuskontrasti eli kaksi eri kirjain lihavuutta ja värikontrasti eli tekstiosan korostaminen toisella värillä. (Itkonen 2003, 77–78.)

### 2.3 Sommittelu

Sommittelu tarkoittaa erilaisten asioiden järjestämistä tiettyyn alueeseen, esim. kuvien ja tekstien sommittelu sivulle ja niiden suhteuttamista toisiinsa. Sommittelulla pyritään johdattelemaan katsojaa haluttuun suuntaan, herättämään mielenkiintoa tai luomaan tunnelmaa. Erilaisilla sommittelun menetelmillä saadaan aikaan mm. rytmiä, syvyyttä tai tasapainoa, joka vaikuttaa katsojan kokemukseen. Sommittelussa on hyvä ottaa huomioon kaikki elementit ja ajatella kokonaisuutta. (Pesonen 2007, 62.)

Sommittelua suunniteltaessa on hyvä muistaa johdonmukaisuus, jotta sisältö pysyy selkeänä ja yhdenmukaisena. Johdonmukaisuus auttaa katsojaa, mutta hallittu vaihtelevuus piristää ja pitää katsojan mielenkiintoa yllä. Katsojakaan ei pysty kerralla havainnoimaan kaikkea, joten sommittelun on johdatettava katsojaa tulkitsemaan kohde halutulla tavalla. Tapoja on useita ja on syytä muistaa, että katsojan katse kiinnittyy väreihin, kontrastiin ja eri kokoihin. Sommittelulla ikään kuin saadaan sisällölle liikettä, jota katsoja seuraa katseellaan. (Pesonen 2007, 63–65.)

Geometriset muodot koetaan yleisesti miellyttävänä, joten sommittelussa on hyvä hyödyntää esim. kultaista leikkausta eli kultaista suhdetta. Kultainen suhde on vanha sommittelun perussääntö, jota käytetään yleisesti eri taiteenlajeissa. Se voidaan toteuttaa esim. jananä, suorakulmaisena kolmiona kuin myös suorakulmiona (katso KUVIO 2).



KUVIO 2. Kultainen suhde.

Kultainen suhde toteutuu, kun jana jaetaan kahteen osaan suhteessa esim. 3:5. Tällöin lyhyempi jana (b) on samassa suhteessa pidemmän janan (a) kanssa kuin mitä pidempi jana (a) suhteessa

koko janan (a+b) pituuteen. Mikäli suorakulmion jokainen sivu voidaan jakaa samalla menetelmällä, voidaan suorakulmio jakaa useampaan kultaista leikkausta noudattaviin osiin. Kultaisen leikkauksen avulla voidaan sommittelussa etsiä tilan painopiste ja sen mukaan valita esim. otsikon tai kuvan paikka. (Pesonen 2007, 65–66.)

## 2.4 Logo

Jokaisella yrityksellä on oma tunnus, joka symboloi yritystä, lisää sen näkyvyyttä, erottaa sen kilpailijoista ja vahvistaa mielikuvia yrityksestä. Tämä tunnus voi syntyä logosta ja liikemerkistä. Logolla tarkoitetaan kirjoitusasua, jolla yrityksen nimi kirjoitetaan ja liikemerkki tarkoittaa kuviota. Näitä kahta voidaan käyttää joko yhdessä tai erikseen. (Kuutsa 2014, viitattu 4.7.2016; Loiri & Juholin 1998, 130.)

Logon suunnittelu ei ole vain värejä, sanoja ja kuvia. Suunnitteluvaiheessa tulisi muistaa myös, ettei koskaan pidä aliarvioida värien tai typografian vaikutusta. Kokonaisuudessaan se luo yrityksen identiteettiä ja voi olla helpommin muistettavissa, kuin yrityksen nimi. Logo kertoo tarinaa ja sen pitäisi tukea yrityksen aatteita sekä olla yrityksen näköinen, jottei se anna väärää mielikuvaa yrityksestä. (1stwebdesigner 2016, viitattu 4.7.2016.)

Suunnittelua aloittaessa olisi hyvä tehdä taustatutkimusta ja tutkia millaisia logoja on jo olemassa. On hyvä etsiä inspiraatiota yritysten logoista ja verrata hyviä sekä huonoja keskenään ja opetella, millaiset asiat toimivat ja millaiset eivät. Kaikki ideat on syytä kirjoittaa ylös tai luonnostella, sillä koskaan ei tiedä milloin jotakin voisi tarvita uudestaan. (Creative Bloq 2014, viitattu 4.7.2016.)

Logo olisi hyvä suunnitella sopivaksi monipuoliseen käyttöön, jotta se saavuttaisi enemmän näkyvyyttä esimerkiksi päivittäin käytettävien asioiden kuten kynien kyljissä. Logon tulisi näyttää hyvältä myös mustavalkoisena erilaisia tilanteita varten. Suunnittelussa olisi hyvä pyrkiä myös erilaisuuteen ja ajattomuuteen, jotta samaa logoa voitaisiin käyttää vuosikausia. Toisten yritysten logoja on hyvä verrata ja etsiä niistä inspiraatiota, mutta kopiointi ei ole sallittua. (1stwebdesigner 2016, viitattu 4.7.2016.)

Logojen muodot ja värit vaikuttavat alitajuntaan, jotka herättävät ihmisissä tunteita ja saavat aikaan reaktioita. Suunnittelijan on siis tunnettava yrityksen asiakkaat, jotta suunniteltava logo herättäisi oikeanlaisia tunteita. Yleisesti pyöreät muodot viestivät positiivista tunnetta, kuten ystävyys, rakkaus ja yhtenäisyys. Teräväkulmaiset muodot ilmentävät tasaisuutta, voimaa, ammattimaisuutta ja tehokkuutta. Mikäli teräväkulmaiset muodot yhdistettäisiin harmaan tai sinisen kanssa, se koetaan kylmänä ja pois työntävänä. Kolmekulmaiset muodot viittaavat voimaan, tieteseen, uskoon ja lakiin. Alitajunta mieltää pystysuorat linjat miehisinä, voimakkaina ja aggressiivisina. Vaakatasoiset linjat miellyvät puolestaan yhteisöllisyytenä, tyyneytenä ja rauhallisuutena. (Christie 2016, viitattu 4.7.2016.)

## 2.5 Trendit

Logon suunnittelussa trendit vaihtuvat jatkuvasti. Vuonna 2016 hallitsevia trendejä logojen suunnittelussa ovat litteät, käsintehty, dynaamiset sekä yksilinjaiset muodot. Myös kirjainten pinoaminen sekä negatiivista tilaa hyödyntävä suunnittelu on suosittu. (Cass 2016, viitattu 24.8.2016.)

Litteät mallit (katso KUVIO 3) ovat listan kärjessä niiden mutkattoman ja selkeän ulkoasun vuoksi. Ne ovat myös hyvin käytännöllisiä, sillä ne latautuvat nopeasti verkkosivuilla ja skaalautuvat hyvin myös mobiililaitteille.



KUVIO 3. Litteä malli — Microsoft logo (Microsoft 2016, viitattu 24.8.2016)

Käsintehty logot (katso KUVIO 4) kiinnostavat katsojaa, sillä ne ovat persoonallisia. Käsintehty voi olla toteutettu myös hybridiversiona, jolloin se tehdään digitaalisesti.



KUVIO 4. Käsintehty malli — For Love & Lemons logo (For Love & Lemons 2016, viitattu 24.8.2016)

Dynaamiset logot (katso KUVIO 5) voidaan muuttaa useaan kertaan, mutta ne silti pysyvät samankaltaisena. Hyvänä esimerkkinä toimii Googlen Doodle, logo pysyy samankaltaisena, mutta sitä muutetaan erilaisten tapahtumien ja merkkipäivien kunniaksi.



*KUVIO 5. Dynaaminen malli — Suomen itsenäisyyspäivä 2012 doodle (Google Doodles 2016, viitattu 24.8.2016)*

Negatiivista tilaa hyödyntävät logot (katso KUVIO 6) näyttävät ensisilmäyksellä erilaiselta, kunnes logoa hetken katsottuaan ymmärtää sen sanoman paremmin.



*KUVIO 6. Negatiivinen tila malli — WWF logo ( WWF Suomi 2016, viitattu 24.8.2016)*

Suosiotaan hyvin pitävä kirjainten pinoaminen (katso KUVIO 7) haastaa katsojansa ymmärtämään logon ja selvittämään mitä siinä lukee. Yksilinjaiset logot korostavat selkeyttä ja raikkautta. Ne usein ovat yksivärisiä ja yhdenmukaisia linjoja noudattavia. (Cass 2016, viitattu 24.8.2016.)



*KUVIO 7. Kirjainpinomalli — Kipkop Outlet logo (Kipkop Store 2016, viitattu 24.8.2016)*

### 3 WEB-SIVUSTON SUUNNITTELU

Web-sivuston suunnittelun pohjana on konseptisuunnittelu eli määritetään kuinka sivuston tulee palvella käyttäjiä. On ajateltava kohderyhmää ja tapoja sekä tilanteita, joissa sivustoa käytetään. On otettava huomioon toimintojen perustaso ja liikkuminen sivustolla. Kaiken kaikkiaan on ymmärrettävä sivuston tehtävät, kohderyhmät ja sisältö. (Loiri & Juholin 1998, 87.)

Web-sivuston suunnittelussa on muistettava kauniin ulkonäön lisäksi huolehtia sivuston toimivuudesta eli käyttöliittymäsuunnittelusta. Hyvä sivusto huolehtii käyttäjänsä tarpeista, siksi on tiedettävä, mitä ihmiset sivustolta etsivät, esim. viihdettä vai informaatiota. Jokaisella sivulla täytyy olla oma ja selkeä tarkoitus. Ihmiset haluavat löytää tarvitsemansa tiedon nopeasti sivustolta, joten informaation tulisi olla selkeää sekä helposti luettavissa ja ymmärrettävissä. Web-sivuston ulkoasun suunnittelussa voidaan käyttää erilaisia taktiikoita helpottamaan tiedon löytämistä ja sisäistämistä esim. tiedon järjestäminen otsikoita käyttämällä tai asioiden luettelemista pitkien lauseiden sijaan. (Woods 2014, viitattu 13.9.2016.)

Kuten typografia -kappaleessa tuli jo ilmi, fontin valinta vaikuttaa luettavuuteen. Web-sivuston fonttia päätettäessä on hyvä muistaa minkälaiset fontit sopivat paremmin digitaaliseen aineistoon. Groteskit eli pääätteettömät Arial ja Verdana ovat helposti luettavissa näytöllä. Värien huolellinen valinta ja käyttö vaikuttavat sivuston harmoniaan ja tasapainoon. Taustaväriin nähden tekstin täytyy olla helposti erotettavissa, jotta se on helppo lukea. Voimakkaat värit luovat tunteita ja niitä olisi hyvä käyttää harkiten. Valkoisen värin käyttö on voimakas tapa antaa sivustolle moderni ja selkeä vaikutelma. Kuvat voivat kertoa enemmän kuin sanat ja kuvat kannattaa valita huolella. Ne vaikuttavat ihmisten mielipiteeseen ja voivat auttaa yhteyden muodostamista kohdeyleisöön. Laadukkaat kuvat kohentavat muutenkin sivuston ilmettä. (Woods 2014, viitattu 13.9.2016.)

Sivustoa suunniteltaessa on tärkeää myös huomioida sivustolla liikkuminen ja sen helppous. Taktiikoita on monia, esim. looginen sivustohierarkia, sivupolun näyttäminen, klikattavien nappien käyttö tai kolmen klikkauksen taktiikka. On hyvä muistaa, että ihminen tahtoo löytää tiedon nopeasti, joten kolmen klikkauksen taktiikka on hyvä pyrkiä noudattamaan. Etsittävän tiedon tulisi olla enintään kolmen klikkauksen päässä etusivulta katsottuna. (Woods 2014, viitattu 13.9.2016.)

Sivuston sisällön asettelu tulisi olla suunniteltua ja järjestelmällistä. Esimerkiksi ruudukkoa noudattavassa ulkoasussa sisältö ryhmitellään osioihin, kappaleisiin ja laatikoihin, jotka asettuvat riviin ja antavat tasapainoisen vaikutelman. Tutkimukset ovat osoittaneet, että kun ihminen tutkii ja lukee sivustoa, hänellä on tapana käyttää F-kuviota. Se tarkoittaa, että ihminen näkee varmimmin sivuston yläosan ja vasemman reunan. Se mitä on oikealla jää monesti huomaamatta, joten suunnittelussa olisi hyvä ottaa tämä huomioon. Sivusto kannattaa ennemmin suunnitella noudattamaan lukijansa normaalia käytöstä tukevaksi kuin taistella sitä vastaan. Esitetään informaatio tärkeysjärjestyksessä, joka mielletään luettavaksi vasemmalta oikealle ja ylhäältä alas. (Woods 2014, viitattu 13.9.2016.)

Sivuston latausaikaan kannattaa myös kiinnittää huomiota. Mikä useimmiten auttaa asiaan on kuvien mittakaavojen optimointi ja skaalautuvuus. Nykyaikana on syytä muistaa, että web-sivustoa saatetaan tutkia minkä kokoiselta näytöltä tahansa, joten sivuston skaalautuvuuteen on syytä kiinnittää huomiota. Sen toteuttamiseen voi käyttää eri malleja, joko rakentaa sivustolle toisen skaalautuvan ulkoasun tai kokonaan uuden sivuston vain pienemmille mobiililaitteille esim. tabletti ja matkapuhelin. (Woods 2014, viitattu 13.9.2016.)



## 4 JULKAISUALUSTAN VERTAILU

Julkaisualustalla tarkoitetaan julkaisujärjestelmää eli sisällönhallintaohjelmistoa, joka yleensä asennetaan ensin palvelimelle ja on sen jälkeen käytettävissä selaimen kautta. Yritykset ostavat palvelin-palvelut yleensä siihen erikoistuneelta firmalta. Ennen kaikkea on syytä varmistaa sivuston toimivuuden kannalta, että palvelin ja asennettava sisällönhallintaohjelma ovat yhteensopivia. Sivustoa käsin tehtäessä tulisi aina ottaa huomioon myös eri selainten poikkeavuudet, jotta sivusto näyttäisi halutunlaiselta käyttäjän selaimesta huolimatta. Julkaisualustat yleensä kattavat myös eri selaimet ja ne onkin suunniteltu pitämään sivuston sisällön samankaltaisena kaikilla selaimilla.

Julkaisualustan tarkoitus on olla asennuksen jälkeen helposti käytettävissä ja muokattavissa, jotta sivuston pääkäyttäjä pystyy itse muokkaamaan ja päivittämään sisältöä ilman teknistäkin osaamista. Julkaisualustan onkin syytä olla käyttäjän mielestä helppo ja selkeä, jotta sivuston päivittäminen sekä muut tehtävät eivät jää käytettävyyden hankaluuden vuoksi tekemättä. Julkaisualustaohjelmistoja on monia ja niiden hinta kuten ominaisuudet ja saatavilla olevat lisäosat voivat vaihdella. Näin ollen onkin syytä miettiä millaista sisältöä yrityksen web-sivustolle halutaan ja millaisia ominaisuuksia se vaatii, jotta ei makseta turhaa täysin turhista ominaisuuksista. Lisäksi on syytä huomioida sivuston tarvitsema tietoturvan taso eli tarvitaanko esim. asiakkaiden kirjautumistietoja, jotka vaativat salaamista. Teknologia myös kehittyy jatkuvasti ja onkin hyvä, että julkaisualustakin on kehityksen sekä tuen kanssa ajan tasalla. (Www.lindholm-fi.net 2006, viitattu 7.11.2016.)

### 4.1 WordPress

WordPress.org on ilmainen avoimen lähdekoodin julkaisualusta. Se on yksi suosituimmista ilmaisista julkaisualustoista ja se on aloittanut toimintansa vuonna 2003. Alussa se oli tarkoitettu vain blogien julkaisualustaksi mutta kehitys on muokannut siitä laaja-alaisen alustan, joka sopii myös mm. web-sivuston tekoon. Sen käytön aloittaminen vaatii sisällönhallintaohjelmiston lataamisen ja asentamisen palvelimelle, jonka jälkeen se on käytettävissä selaimen kautta. WordPress.org on saatavilla monella eri kielellä ja lähes rajattomasti muokattavissa, mutta se vaatii myös teknillistä osaamista. Saatavilla on tuhansittain lisäosia ja teemoja, joiden avulla sivuston voi helposti muokata omaan tarpeeseensa sopivaksi. Osa teemoista on suunniteltu suoraan myös mobiilille sovel-

tuvaksi eli se osaa automaattisesti skaalata ja järjestää sisällön eri kokoiselle ruudulle. Lisäosien avulla voi luoda ja ylläpitää mm. verkkokauppaa ja saatavilla on monia erilaisia tietoturvaa parantavia lisäosia. WordPress.orgia kehitetään jatkuvasti ja tietoa sekä tukea on saatavilla mm. foorumin ja ohjeiden kautta. (WordPress.org 2016, viitattu 9.11.2016.)

WordPress.com on luotu vuonna 2005 WordPress.orgin pohjalta, mutta WordPress.com on enemmän automatisoitu ja se on saatavilla usealla eri kielellä, eikä sen käyttöönotto ei vaadi teknillistä osaamista. Sen käytön aloittaminen ilmaiseksi ei vaadi omaa palvelinta, sillä se on mahdollista aloittaa suoraan WordPressin omalla palvelimella. WordPress.com vaatii vain tilin luomisen ja muutamien asetusten valitsemisen, kuten mm. sivuston aiheen, teeman sekä verkko-osoitteen valitsemisen. Tämä kaikki tapahtuu selaimessa ja luomisen jälkeen pääsee suoraan muokkaamaan sivuston sisältöä rajoitetusti. Mikäli maksullisia lisäominaisuuksia tarvitaan jatkossa, tilin voi päivittää milloin vain ja siirtää omalle palvelimelle. Sen helppokäyttöisyyden vuoksi se kasvattaa jatkuvasti suosiotaan. WordPress.comissa on yhtäläisiä lisäosia, teemoja ja toimintoja, joilla sivustoaan voi muokata mieleisensä näköiseksi sekä mobiilille soveltuvaksi. Perusversio on ilmainen, mutta tarjolla on erilaisia maksullisia lisäpalveluita helpottamaan käyttöä esim. oman verkko-osoitteen määrittäminen, lisää työkaluja sivuston muokkaamiseen tai integroitu Google Analytics, joka seuraa mm. sivustolla kävijöiden määrää. Saatavilla on asiakaspalvelu, foorumi kuin myös paljon erilaisia ohjeita auttamaan sivuston luomisessa. (WordPress.com 2016, viitattu 9.11.2016.)

## **4.2 Joomla**

Joomla on voittanut parhaan Open Source CMS Award -palkinnon eli avoimen lähdekoodin sisälönhallintajärjestelmä -palkinnon. Joomla.org on teknillisesti osaaville tekijöille, koska se vaatii tietämystä siitä kuinka Joomla ladataan ja asennetaan palvelimelle sekä otetaan käyttöön. Sen voi asentaa haluamallaan kielellä, muokata lähes rajattomasti ja ladata erilaisia lisäominaisuuksia. Joomla.com on enemmän automatisoitu versio eli se ei välttämättä tarvitse omaa palvelinta tai ohjelmiston asentamista, joten sen käyttö ei välttämättä tarvitse teknillistä osaamista ja käyttöönotto on mahdollista sekunneissa. Joomla.com on käytettävissä monella eri kielellä, mutta sen käyttö on rajoitetumpi. Joomla Demo on myös testattavissa 90 päivän ajan täysin ilmaiseksi.

Joomlaa kehitetään myös koko ajan ja on edelleen yksi suosituimmista julkaisualustoista. Se sopii moneen eri tarkoitukseen, kuten erikokoisten yritysten kotisivujen luomiseen, yrityksen sisäisen viestinnän hallintaan, verkkoaikakauslehtien julkaisemiseen, verkkokaupan tai erilaisten lomakkeiden ylläpitoon. Sivuston muokkaaminen tapahtuu helposti selaimen kautta omalla hallintaohjelmalla ja saatavilla on paljon erilaisia teemoja sekä lisäosia. Joomla on pyrkinyt helpottamaan kehittäjien työtä ja sivulle onkin helposti rakennettavissa mm. tavaraluettelon ohjausjärjestelmiä, tietojen raportointityökaluja, verkkokauppatyökaluja. Saatavilla on paljon erilaisia ohjeita, foorumi- ja video-oppaita, joiden avulla sivustoaan pystyy muokkaamaan tarpeisiinsa sopivaksi. (Joomla.com 2016, viitattu 14.11.2016; Joomla.org 2016, viitattu 14.11.2016.)

### **4.3 Drupal**

Drupal on myös ilmainen ja avoimen lähdekoodin julkaisualusta, joka sai alkunsa vuonna 2001. Sitä voi kokeilla 14 päivän ajan ilmaiseksi ja ilman asentamista omalle palvelimelle, mutta varsinaisen käytön aloittaminen kuitenkin vaatii ohjelman asentamisen palvelimelle. Drupalilla tehdään pääasiassa suuria web-sivustoja, kuten uutissivustoja. Drupal on julkaisualusta, joka on varsinkin isojen maailmanlaajuisien yritysten, hallitusten sekä korkeakoulujen suosiossa.

Drupal panostaa sen vakio-ominaisuuksiin, joihin kuuluu mm. helppo sisällön tuottaminen, luotettava suorituskyky ja ennen kaikkea joustavuus. Se on hyvin paljon muokattavissa halutun näköiseksi lukuisien lisäosien ja ominaisuuksien ansiosta. Se sisältää paljon erilaisia ominaisuuksia, jotka sopivat laaja-alaiseen sekä raskaaseen sisällönhallintaan ja onkin yksi voimakkaimmista sisällönhallintaohjelmista. Se pysyy helposti toimintakykyisenä vaikka sivustolla olisi paljon kävijöitä, skaalautuu moneen eri ruutuun sopivaksi ja sillä on yhteisö, joka pitää myös huolta Drupalin turvallisuudesta. Drupalia kehitetään myös jatkuvasti ja sillä on laaja yhteisö, jonka kautta saa ohjeita, tietoa ja apua. (Drupal.com 2016, viitattu 10.11.2016; Drupal.org 2016, viitattu 10.11.2016.)

## 5 GRAAFISEN ILMEEN UUDISTAMINEN

Toimeksiantona on suunnitella Insinööritoimisto LVI-Naamanka OY:lle uusi logo sekä web-sivusto, jotka vastaisivat paremmin yrityksen tarpeita nyt ja tulevaisuudessa. Yrityksellä on tarvetta uudistaa 90-luvun alussa tehty logo vastaamaan nykypäivän tarpeita sekä kuvastamaan yritystä paremmin. Web-sivusto kaipaisi myös nykyaikaisempaa ulkonäköä sekä responsiivisuutta ja lisäksi toivottiin ratkaisua, jonka avulla yrityksen toimitusjohtaja pääsisi päivittämään tietoja helposti.

Seuraavissa osioissa käydään läpi lähtötilanne ja työn kulku vaiheittain logon ja sivuston suunnittelun osalta. Huomioidaan myös työn edetessä ilmi käyneet toiveet, mielipiteet ja myös mahdolliset huomiot.

### 5.1 Logon suunnittelun toteutus

Yrityksen nykyinen logo (katso KUVIO 8) on punainen 3D-tyylinen sylinterimäinen objekti, jonka kyljessä lukee yrityksen nimi sekä vanha osoite groteskisella fontilla ja vaaleansinisellä värillä.



KUVIO 8. Nykyinen logo (Insinööritoimisto LVI-Naamanka OY 2005, viitattu 5.9.2016)

Logon suunnittelu aloitettiin toimeksiantajan kanssa keskustelemalla hänen näkemyksistä ja toiveista. Muutamien paperiluonnosten jälkeen esiin nousi näkemys typografisesta logosta ilman liikemerkkiä, jossa teksti tulisi olla sommiteltavissa helposti pohjapiirustuksiin ja sen täytyisi toimia myös mustavalkoisena. Toimeksiantaja toivoi tässä vaiheessa uuden logon osalta punaisen värin säilyttämistä, jotta nykyinen asiakaskunta tunnistaisi helposti yrityksen uudesta logosta huolimatta ja erotuttaisiin valtaosan kilpailevien yritysten sinisestä värimaailmasta. Punainen on vahva ja tunteita herättävä väri, joka viestii mm. lämpöä, energiaa, voimaa, johtajuutta ja päättäväisyyttä. Näillä lähtökohdilla aloitin eri fonttien ja värien kokeilemisen.



KUVIO 9. Logo esimerkki 1.

Logo esimerkki 1 (katso KUVIO 9) valikoitui luonnoksista jatkokehitykseen. Tarkoituksena oli jäljitellä vanhan logon tyyliä, mutta kokeilla uutta fonttia ja väriä. Tarkoitus on kiinnittää huomio LVI-tekstiin käyttämällä punaista väriä ja vahvaa antiikva-fonttia. Taustaelementin pois jättäminen tuo logoon keveyttä ja raikkautta. Toimeksiantaja piti ideasta säilyttää tekstien entinen sommitelu, jolloin uusi logo ei tuntuisi liian vieraalta. Toiveena olisi kuitenkin saada jotain putkelta näyttävää elementtiä, joka kuvastaisi enemmän yrityksen ammattikuntaa.



KUVIO 10. Logo esimerkki 2.

Logo esimerkki 2 (katso KUVIO 10) keskiosan LVI-teksti päädyttiin piirtämään Adobe Illustratorilla eli vektorigrafiikan piirustusohjelmalla, jota yleisesti käytetään logojen luomiseen. Piirtäminen tapahtui Line Segment -työkalulla eli janan piirtotyökalulla, koska tavoitteena oli putkimainen tyyliäsu. Musta teksti vaihdettiin groteski-kirjaintyyppiin nimeltä Ceuntry Gothic, joka on muodoltaan päätteetön kuten piirretty osio ja näin saatiin enemmän yhtenäinen ulkoasu. Toimeksiantajan mielestä ollaan menossa nyt parempaan suuntaan ja toivoi 3D-tyylisempää ulkoasua LVI-piirrokselta. Ongelmana nähtiin, että LVI-tekstin hahmottaminen voi olla vaikeaa, joten siihen toivottiin ratkaisua.

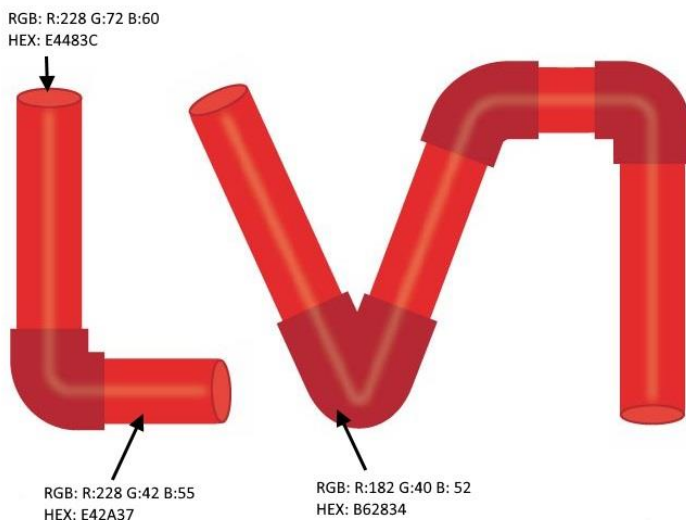
# INSINÖÖRITOIMISTO



## NAAMANKA OY

KUVIO 11. Logo esimerkki 3.

Logo esimerkki 3 (katso KUVIO 11), jossa on otettu huomioon toimeksiantajan toive 3D-tyylisestä ulkoasusta. L-kirjain on erotettuna V-kirjaimiesta, jotta teksti LVI olisi helpommin hahmotettavissa. Lisäksi siihen on tuotu lisää putkimaista elementtiä lisäämällä liitoskohdat, joiden avulla suoriin putkiin yleensä saadaan kulma. Kirjainten päät muokattiin, jotta kirjaimet näyttäisivät enemmän ontoilta putkilta ja se vahvistaisi mielikuvaa putkesta. Värien puolesta toivottiin vahvempaa kontrastia, joten vaaleammat sävyehdotelmat hylättiin.



KUVIO 12. Logon värit RGB- ja HEX-väritila määritelmillä.

Verkossa värit voidaan määrittää RGB- tai HEX-arvolla ja yleensä logojen värit on ilmoitettu molemmilla vaihtoehdoilla (katso KUVIO 12). HEX-väri määritetään kuudella luvulla, joka määrittää punaisen, vihreän ja sinisen värin arvot. Jokainen väri arvo määritetään luvussa kahdella luvulla tai kirjaimella ja lukua ennen on käytettävä #-merkkiä. (Jyväskylän Yliopisto, viitattu 17.1.2017).

Seuraava kuva (katso KUVIO 13) näyttää logon mustavalkoiseksi käännettynä. Musta ja valkoinen pysyy samana värilliseen logoon nähden, mutta punainen vaihtaa värin harmaan sävyihin.



*KUVIO 13. Logo esimerkki 3 mustavalkoisena.*

## 5.2 Web-sivuston suunnittelun toteutus

Nykyinen sivusto (katso KUVIO 14) on toteutettu HTML- ja CSS-kuvauskielillä. HTML (Hypertext Markup Language eli hypertekstin merkintäkieli) on tekstidokumentti ja CSS (Cascading Style Sheets eli tyyliohje) määrittää HTML-dokumentin esitysasun. (Korpela & Linjama 2005, 70, 300). Sivuston informaatio on melko pienessä laatikossa sivun yläosassa keskellä ja sen ympärillä on paljon tyhjää tilaa. Sivusto ei ole responsiivinen eli se ei skaalaudu ruudun koon mukaan. Yrityksen nimi lukee sivuston yläosassa, mutta varsinainen logo on sijoitettuna laatikon vasempaan alareunaan. Sivuston värimaailma on melko laaja ja sekava, sillä taustavärikin vaihtelee eri sivuilla.



KUVIO 14. Nykyinen web-sivusto (Insinööritoimisto LVI-Naamanka OY 2005, viitattu 16.11.2016)

Nykyinen sivusto on arvioitu ensiksi käytettävyyden osalta. Arviointi on suoritettu Jyväskylän yliopiston verkkosivuston käytettävyyden arviointi -listauksen mukaan. Kyseinen arviointi sisältää sivuston perustiedot eli mikä sivusto on kyseessä ja organisaation tiedot. Arviossa käy myös ilmi sivuston sisältö eli huomioidaan sivuston navigointi, ajankohtaisuus, esimerkkisisällöt ja verkkoteksti. Lisäksi arvioidaan sivustoa ulkoasullisesti eli onko sivuston sisältö tärkeysjärjestyksessä, noudatetaanko ulkoasussa totuttuja tapoja ja onko kuvien käyttö sivustolla harkittua. (Jyväskylän Yliopisto, viitattu 16.11.2016).



Näiden Jyväskylän yliopiston listaamien verkkosivuston käytettävyyden arviointikriteerien mukaan käydään seuraavaksi nykyinen sivusto läpi, jotta huomataan mahdolliset puutteet ja parannuskohteet uusia sivuja suunniteltaessa.

Perustiedot yleensä kertovat mikä sivusto on kyseessä ja mistä sivustolla on kyse. Se kertoo myös millainen yritys on kyseessä eli missä se on perustettu ja missä se toimii. Perustiedot ovat siltä osin kunnossa, että yrityksen sivuston etusivulla on selkeästi kerrottu yrityksen nimi sivuston yläosassa keskitettynä. Kuitenkaan mitään selventävää lyhyttä kuvausta ei ole ja tämä voi vaikeuttaa sivuston tarkoituksen hahmottamista, jos LVI-termi ei ole kävijälle tuttu entuudestaan. Etusivulta löytyy navigointiriviltä kuitenkin suora linkki yritys-tarinaa, mikä selventää yrityksen luonnetta.

Sivuston sisältö määrittää navigaation eli sisällysluettelon, joka auttaa hahmottamaan sivuston rakenteen. Ajankohtaisuuden on myös hyvä tulla jo etusivulla esille, jotta kävijä voi päätellä tietojen ajankohtaisuuden. Etusivun sisällön olisi myös syytä olla informatiivinen, jonka sisällöstä kävijä voisi heti päätellä sivuston tarpeellisuuden itselleen. Tekstin rakenteeseen ja sisältöön on syytä kiinnittää huomiota, jotta se olisi näytöltä helposti luettavissa ja asia selkeästi ilmaistuna. Nykyisen sivuston navigointi löytyy helposti vaakatasossa olevasta palkista, joka sijaitsee yrityksen nimen alapuolelta sivuston yläosasta. Navigoinnissa on käytetty yhden sanan linkkejä, jotka kuvastavat hyvin sen sivun sisältöä, jolle se vie käyttäjän. Sivun otsikoinnista kävijä pystyy päättämään millä sivulla hän on, mutta tieto löytyy myös osoiterivistä, sillä sivut ovat nimetty sisällön mukaan esim. <http://lvi-naamanka.com/yritys.html>. Sivusto on melko suppea, joten navigointi on riittävä ja sivusto on helposti hahmotettavissa. Ajankohtaisuus on kerrottu sivun varsinaisen sisällön jälkeen sivuston alaosassa keskellä. Tästä informaatiosta voi päätellä, ettei sivustoa päivitetä aktiivisesti ja kaikki tiedot eivät välttämättä pidä enää paikkaansa. Etusivun sisältö ei anna paljoa viitteitä sivuston muusta informaatiosta, joten perustiedon kaivaminen sivustolta voi tuntua kävijästä työläältä. Kävijä voi tämän vuoksi siirtyä kilpailijan sivulle, joka on huomionnut tämän asian ja vastaa kävijän tarpeisiin nopeammin. Sivuston sisältämä teksti on melko lyhyt ja ytimekäs kertomus. Mukana on pitkiä luetteloita referenssikohteista ja yhteystiedot. Etusivu kaipaisi esittelytekstin ja enemmän informaatiota.

Ulkoasullisesti keskitytään tärkeysjärjestykseen eli asettelemaan sivuston keskeiset asiat, kuten navigaatio tai otsikointi hyvin näkyville. Niiden on syytä olla myös visuaalisesti selkeitä, jotta käyttäjä löytää tarvitsemansa tiedon helposti. Yleisten tapojen noudattaminen on myös suotavaa, sillä

käyttäjät ovat tottuneet tietynlaiseen käytäntöön, joka helpottaa sivun hahmottamista esim. logo on aina sivuston yläosassa ja navigointipalkki sen läheisyydessä alla tai toisessa reunassa. Sivustolla on syytä käyttää kuvia harkiten. Kuvien olisi liityttävä olennaisesti sivun sisältöön ja niiden olisi oltava verkkojulkaisua varten käsiteltyjä, jotta ne latautuvat nopeasti. Nykyisen sivun ulkoasu vaatii paranteluja mm. logon osalta, joka on etusivulla vasemmassa alareunassa. Visuaalisesti sivu on muuten selkeä ja navigointi löytyy helposti (katso KUVIO15), mutta hallitsevaa värimaailmaa olisi syytä selkeyttää. Kuvia on melko vähän, mutta ne ovat olennainen osa sivun sisältöä mm. henkilökuvat ja kartta.



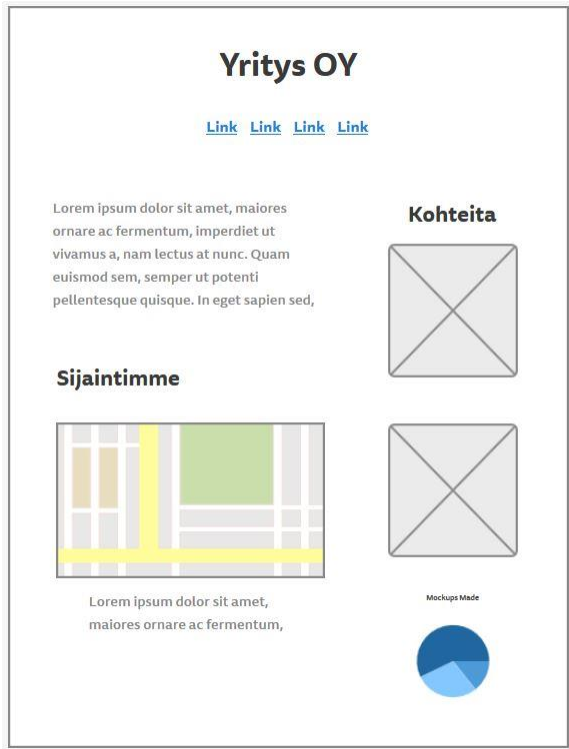
*KUVIO 15. Nykyisen sivuston yläosa ja navigointipalkki (Insinööritoimisto LVI-Naamanka OY 2005, viitattu 16.11.2016)*

Uuden sivuston suunnittelua pohjustettiin mieltimällä toimeksiantajan kanssa nykyisen sivuston ongelmakohtia sekä millaista sisältöä uudelle sivustolle olisi tulossa ja millaisia toiveita uuden sivuston osalta on. Niiden pohjalta täytyi miettiä mitä sivustolta vaaditaan, joka vaikuttaa siihen miten tuleva sivusto voitaisiin toteuttaa. Toimeksiantaja toivoi ennen kaikkea responsiivista sivustoa, jotta se näyttäisi hyvältä joka ruuduilla ja toivottiin myös selkeyttä ulkoasun osalta. Esiin nousi myös tarve päästä itse muokkaamaan sivuston tietoja, joten parhaana vaihtoehtona pidettiin julkaisualustan käyttöä.

Etsin muutamia julkaisualustoja vertailuun, joista etsin helppokäyttöistä ja kyseiselle sivustolle sopivaa julkaisualustaa. Kappaleessa 4 Julkaisualustan vertailu tehdyn vertailun perusteella WordPress vaikutti juuri sopivalta pienehkön informatiivisen sivuston julkaisualustaksi, sillä se ei vaadi paljon teknillisesti ja on helppokäyttöinen. Toimeksiantajan täytyi varmistaa palvelimen tarjoajalta, että WordPressin käyttö onnistuisi ja uusi sivusto voitaisiin siirtää jossain vaiheessa nykyisen sivuston tilalle.

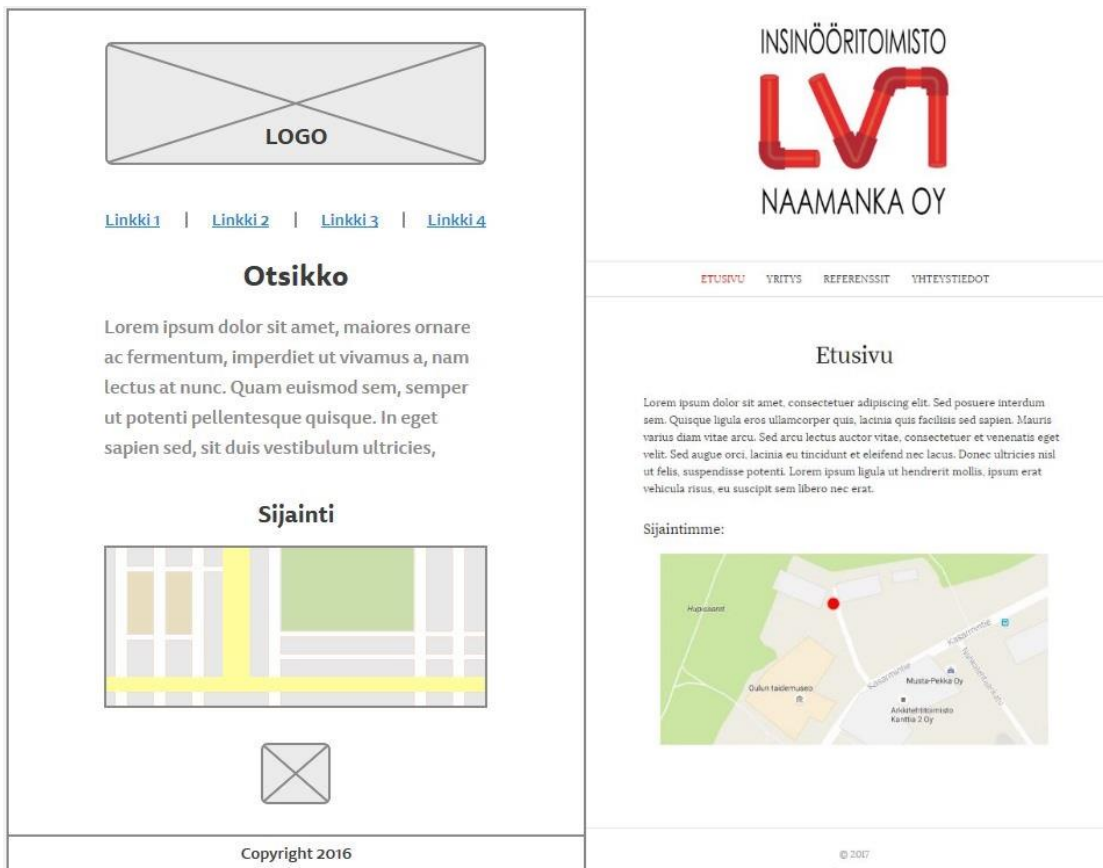
Suunnittelun tarkoituksena on säilyttää vanhan sivuston rakenne, mutta päivittää sisältö ja ulkoasu. Sivustolle tulisi siis kolme sivua etusivun lisäksi eli yrityksen esittely, referenssit ja yhteystiedot. Värimaailma on suunniteltu pysymään kevyenä ja raikkaana, jotta se olisi myös selkeä. Pääväreinä sivustolla toimii vaalea tausta ja musta teksti sekä punainen väri korosteena. Pääasialli-

nen sisältö tulee olemaan tekstiä, kartta ja muutamia kuvia. Alussa huomioidaan nykyisen sivun ongelmat ja ne korjataan uuden sivun rautalankamalliin, joka toimii myöhemmin toteutettavan sivun pohjana. WordPressin hyvä puoli on lukuisat teemat, joita on mahdollista muokata halutun pohjan mukaan.



KUVIO 16. Rautalankamalli 1.

Ensimmäinen etusivun rautalankamalli suunnitelma (katso KUVIO 16) on toteutettu ottamalla ideoita kilpailijoilta, mutta lisäksi on toimeksiantajan toive saada yrityksen sijaintikartta etusivulle. Ideana on tehdä informatiivinen etusivu, jonka pohjalta käyttäjä pystyy arvioimaan sivuston tarpeellisuuden itselleen ja säästämään näin aikaa. Sivun yläosassa olisi yrityksen uusi logo, jonka alla navigaatiopalkki ja sitä seuraa varsinainen sisältö. Sisältönä on esittelyteksti, jonka alla kartalla toimiston sijainti sekä oikeassa reunassa muutaman toteutetun kohteen kuva ja lopuksi näkyvillä Luotettava kumppani-sertifikaatti, joka on tärkeä sisällyttää etusivulle. Toimeksiantaja kaipaaisi kuitenkin jotain selkeämpää ja suoraviivaisempaa.



KUVIO 17. Rautalankamalli 2 ja ulkoasu.

Rautalankamalli 2 (katso KUVIO 17) noudattaa enemmän toimeksiantajan mielikuvaa tulevasta sivustosta. Sisältö on suoraviivainen toisiinsa nähden ja sama asetelma toimisi myös erikokoisissa näytöissä. Sisältö on enemmän karsittu ja melko minimalistinen. Verrattuna ensimmäiseen rautalankamalliin, tässä mallissa on huomioitu myös tarkempi otsikointi. Luotettava kumppaniserifikaatti on sijoitettuna kartan alle ennen sivun tietoja. Ulkoasu noudattaa melko tarkasti rautalankamallia ja on suuntaa antava esimerkki, joka on toteutettu WordPress alustalla. Hahmotelmassa on käytetty Graphy-teeman ilmaista versiota, joka on lähinnä haluttua ulkoasua. Logo näkyy selvästi ensimmäisenä ja sen alla navigointipalkki, josta käy ilmi millä sivulla käyttäjä on. Sivun sisältö on suorassa linjassa ja selkeästi eroteltuna. Tässä vaiheessa ei haluttu kuluttaa liikaa aikaa sivun muokkaamiseen, sillä tavoitteena on luoda esimerkki helpottamaan kokonaisuuden hahmottamista.



KUVIO 18. Esimerkki etusivu.

Toinen suuntaa antava sivuston ulkoasu (katso KUVIO 18) on toteutettu Adobe Photoshop kuvankäsittelyohjelmistolla ja kokeiltu miltä lopputulos voisi näyttää. Sivusto olisi harmaalla pohjalla ja itse sisältö valkoisella pohjalla, josta musta teksti ja kuvat erottuisivat selkeästi. Punaisen värin käyttö olisi melko hillitty ja olisi herättämässä huomiota. Rautalankamalleista poiketen, logo ja navigaatio voisivat olla sijoitettuna vierekkäin ja sivu, jolla käyttäjä parhaillaan olisi, näkyisi navigoinnissa punaisella korostettuna. Mahdollisuuksien mukaan jonkin kuvan käyttö esim. sivuston yläosassa piristäisi ja personalisoisi sivustoa enemmän.

## 6 POHDINTA

Opinnäytetyön tavoitteena oli suunnitella Insinööritoimisto LVI-Naamanka OY:lle uusi graafinen ilme, joka sisälsi uudistetun logon ja web-sivuston suunnittelun. Työssä lähdettiin tavoittelemaan uutta selkeämpää ja raikkaampaa ulkoasua sekä yritykselle helpompaa tapaa päivittää web-sivuston tietoja. Toimeksiantaja tahtoi keskittyä enemmän logon suunnitteluun ja toteutukseen, joten web-sivuston osa jäi suppeammaksi. Kaiken kaikkiaan tavoitteisiin päästiin pienten vastoinkäymisten saattelemana ja työ onnistui odotusten mukaisesti.

Tämä projekti oli ensimmäinen graafinen suunnittelutyöni ja mielestäni se oli tarpeeksi haastava. Se on auttanut minua ymmärtämään paremmin graafisen suunnittelun osa-alueita, joihin syvennyminen on ollut miellyttävää ja innostavaa. Opin myös paljon uutta teoriaa käyttöliittymäsuunnittelusta mm. syyn itsestäänselvältäkin tuntuneen asetelun takaa, joka oli konventioiden eli totuttujen tapojen noudattaminen. Asiakkaan kanssa työskentely on opettanut, että minun täytyy itse olla aktiivisempi ja sähköinen viestittely ei ehkä ole se tehokkain yhteydenottotapa.

Työn edetessä ilmeni erilaisia ongelmia, jotka osaltaan aiheuttivat inspiraation hetkittäistä puuttumista ja epävarmuutta. Epävarmuuden vuoksi olisin kaivannut saatua enemmän ohjausta toimeksiantajalta. Olisin voinut käyttää yrityksen toimitiloja työskentelyyni ja se olisi osaltaan ollut parempi vaihtoehto, koska olisin voinut silloin saada palautetta työstäni useammin. Kuitenkin tarvittavien ohjelmien, kuten Adobe Illustratorin puuttumisen vuoksi työpisteeni oli useimmiten oppilaitoksen tiloissa. Sähköinen viestittely vei yllättävän paljon aikaa, sillä vastausta joutui välillä odottamaan pitkäänkin toimeksiantajan kiireiden vuoksi ja se vaikutti myös merkittävästi web-sivuston suunnittelutyöhön.

Jatkoa ajatellen tämä opinnäytetyö on hyvä suunnitelma lähteä toteuttamaan web-sivustoa käytännössä. Opinnäytetyö kuitenkin haluttiin rajata keskittymään enemmän graafiseen puoleen, joten itse web-sivuston toteutus jäi mahdollisesti tulevaisuuteen.

## LÄHTEET

1stwebdesigner 2016. Logo Design Tips: How To Design a Logo in 2016. Viitattu 4.7.2016, <http://1stwebdesigner.com/logo-design-tips/>.

Cass, J. 2016. 2016 Logo Design Trends Forecast. Viitattu 24.8.2016, <http://justcreative.com/2016/01/02/2016-logo-design-trends-forecast/>.

Christie, M. 2016. The psychology of logo shapes – a designer's guide. Viitattu 4.7.2016, <http://www.creativebloq.com/logo-design/psychology-logo-shapes-8133918>.

Creative Bloq 2014. 65 expert logo design tips. Viitattu 4.7.2016, <http://www.creativebloq.com/graphic-design/pro-guide-logo-design-21221>.

Drupal.com 2016. Drupal for Web Content Management. Viitattu 10.11.2016, <http://www.drupal.com/product/web-content-management>.

Drupal.org 2016. About. Viitattu 10.11.2016, <https://www.drupal.org/about>.

For Love & Lemons 2016. Kotisivu. Viitattu 24.8.2016, <http://www.forloveandlemons.com/>.

Google Doodles 2016. Finland doodles. Viitattu 24.8.2016, <http://www.google.com/doodles/?q=finland>.

Insinööritoimisto LVI-Naamanka Oy 2005. Etusivu. Viitattu 16.11.2016, <http://www.lvi-naamanka.com>.

Insinööritoimisto LVI-Naamanka Oy 2005. Yritys. Viitattu 15.6.2016, <http://www.lvi-naamanka.com/yritys.html>.

Itkonen, M. 2003. Typografian käsikirja. Helsinki: RPS-yhtiöt.

Joomla.com 2016. What is Joomla.com and how it differs from Joomla.org?. Viitattu 14.11.2016, <http://tutorials.joomla.com/basics/16-joomla-com-vs-joomla-org>.

Joomla.org 2016. About Joomla. Viitattu 14.11.2016, <https://www.joomla.org/about-joomla.html>.

Jyväskylän Yliopisto 2011. Verkkosivuston käytettävyyden arviointi. Viitattu 16.11.2016, <https://koppa.jyu.fi/avoimet/hum/tvt/sosiaalinen-web/verkkosivuston-kaeytettaevvyden-arviointi>.

Jyväskylän Yliopisto 2016. Värit verkkopalveluissa. Viitattu 17.1.2017, <https://koppa.jyu.fi/avoimet/hum/tvt/sosiaalinen-web/varit>.

Kipkop Store 2016. Kipkop Oulun outlet. Viitattu 24.8.2016, <http://www.kipkop.fi/asiakaspalvelu.html>.

Korpela, J. & Linjama, T. 2005. Web-suunnittelu. Porvoo: WS Bookwell.

Kuutsa, J. 2014. Meneekö yritysilmeesi silmiin ja sydämiin?. Viitattu 4.7.2016, <http://www.hurmos.com/ideoita-markkinointiin/yritysilme>.

Loiri, P. & Juholin, E. 1998. HUOM! Visuaalisen viestinnän käsikirja. Helsinki: Infoviestintä Oy.

Microsoft 2016. Microsoft Corporate Logo Guidelines. Viitattu 24.8.2016, <https://www.microsoft.com/en-us/legal/intellectualproperty/trademarks/usage/logo.aspx>.

Olesen, J. 2016. Color Meanings – Learn about colors and symbolism. Viitattu 13.7.2016, <http://www.color-meanings.com/>.

Pesonen, E. 2007. Julkaisijan käsikirja. Porvoo: WS Bookwell.

Woods, S. 2014. 10 Top principles of effective web design. Viitattu 13.9.2016, <http://shortiedesigns.com/2014/03/10-top-principles-effective-web-design/>.

WordPress.com 2016. About Us. Viitattu 9.11.2016, <https://wordpress.com/about/>.



WordPress.org 2016. About WordPress. Viitattu 9.11.2016, <https://wordpress.org/about/>.

WWF Suomi 2016. Kotisivu. Viitattu 24.8.2016, <https://wwf.fi/>.

Www.lindholm-fi.net 2006. Tuotanto: julkaisujärjestelmän valinta. Viitattu 7.11.2016, <http://cms.lindholm-fi.net/pages/teemat/julkaiseminen/yritys-rakentaa-internet-sivustonsa/tuotanto-julkaisujaerjestelmaen-valinta.php>.