

# Twisted

Myyntipakkauskonseptin suunnittelu maljakkomallistolle

# Twisted

Myyntipakkauskonseptin suunnittelu maljakkomallistolle

Muotoilun opinnäytetyö

Lahden ammattikorkeakoulu

Muotoiluinstituutti

Muotoilun koulutusohjelma

Pakkaus- ja brändimuotoilu

Petteri Tuukkanen

Syksy 2019

Sivumäärä: 52

# Tiivistelmä

Opinnäytetyökseni suunnittelin myyntipakkaus-konseptin keraamikko Eeva Jokisen tuotteelle. Suunnittelutehtävä käsitti pakkausrakenteen ja pakkausten visuaalisen ilmeen suunnittelun Jokisen Twisted-maljakkosarjalle.

Opinnäytetyöni tavoitteena oli suunnitella myyntipakkaus, joka tuo lisäarvoa Jokisen tuotteelle ja brändille sekä kasvattaa tuotteen myyntiä. Suunnittelutyöni tukena hyödynsin pakkausmuotoiluun ja brändäykseen liittyvää digitaalista ja painettua lähdeaineistoa, sekä perehdyin Jokisen työskentelytapaan, tuotteisiin ja arvoihin.

Lopputuotos sisältää myyntipakkauskonseptin kolme kokoa sisältävälle maljakkosarjalle.

## **Avainsanat:**

Pakkausmuotoilu  
Graafinen suunnittelu  
Brändi  
Keramiikka

# Abstract

For my thesis I designed a sales packaging concept for ceramic artist Eeva Jokinen. My work consisted of the structural design and graphic design of the packaging for Jokinen's Twisted vase collection.

The goal for my thesis was to design a sales packaging that would add value to the product and brand and as a result increase sales. To support my design process I researched references related to packaging design and branding and explored the working methods, products and values of Eeva Jokinen.

The final result is a sales packaging concept for the vase collection that includes three sizes.

## **Keywords:**

Packaging design  
Graphic design  
Brand  
Ceramics

# Sisällysluettelo

1.		4.		6.	
Johdanto	5	Suunnitteluprosessi	15	Lopputuote	42
1.1 Aiheen valinta	6	4.1 Lähtötilanne	16		
1.2 Tavoitteet	7	4.2 Aiheen rajaus ja brief	17	7.	
		4.3 Ideointi	18	Arviointi	47
2.		4.4 Kolme visuaalista linjaa	24	Prosessi ja tuotos	48
Pakkaus lisäarvon tuojana	8			Jatkokehitys	49
2.1 Pakkauksen merkitys brändille	9	5.			
2.2 Mielikuvaan vaikuttavat		Valmis pakkauskonsepti	31	8.	
elementit pakkauksessa	10	5.1 Pakkaus rakenne ja -materiaali	32	Lähteet	50
		5.2 Pakkauskoot	33		
3.		5.3 Visuaaliset elementit	36		
Eeva Jokinen Ceramics	11	5.4 Typografia	39		
3.1 Keraamikko Eeva Jokinen	12	5.5 Värit	41		
3.2 Tuotteet	13				
3.3 Arvot	14				

1.

# Johdanto

1.1 Aiheen valinta  
1.2 Tavoitteet

# 1.1 Aiheen valinta

Aloitin opinnäytetyöni syksyllä 2019 työskennellessäni samaan aikaan suunnittelutoimistossa. Työnkuvani suunnittelijana liittyi vahvasti julkaisuihin ja muuhun visuaaliseen suunnitteluun, minkä vuoksi halusin opinnäytetyössäni palata pakkausmuotoilun pariin. Parhaassa tapauksessa pääsisin yhdistämään sekä pakkauksen rakenteellista että visuaalista suunnittelua.

Sopiva projekti löytyi lopulta yhteisten kontaktien kautta, kun keraamikko Eeva Jokinen kertoi tarvitsevänsä myyntipakkauksia omille tuotteilleen. Tehtävä kuulosti todella mielenkiintoiselta ja samalla haastavalta: miten suunnitella pakkaus, joka olisi samaan aikaan mahdollisimman kustannustehokas yksityisyrittäjälle ja uniikin käsityöesineen arvokkuutta viestivä?



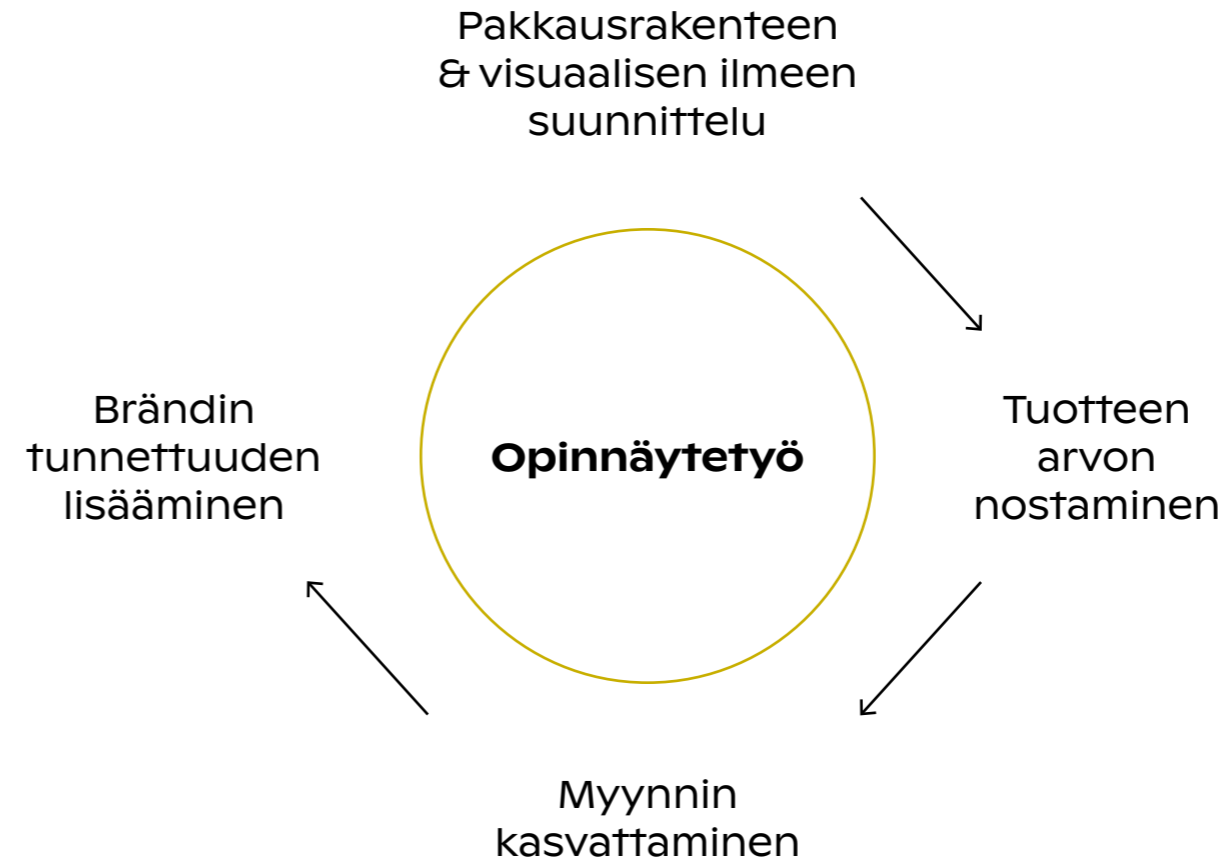
KUVA 1: TWISTED-MALJAKOT

# 1.2 Tavoitteet

Opinnäytetyöni tavoitteena on suunnitella konseptitasoinen myyntipakkaus käsityöesineelle, joka tuottaa lisäarvoa asiakkaan tuotteelle ja brändille.

Suunnittelutyössä otan huomioon yksityisyrittäjän rajalliset resurssit ja mahdollisuudet toteuttaa suunnittelemani pakkausratkaisu.

Pyrin huomioimaan visuaalisessa suunnittelussa myös skaalattavuuden: tulevaisuudessa myyntipakkauksen visuaalista ilmettä ja sen yksittäisiä elementtejä tulisi pystyä jalkauttamaan myös muihin kosketuspintoihin, kuten nettisivuille ja uusien tuotteiden pakkauksiin.



2.

# Pakkaus lisäarvon tuojana

2.1 Pakkauksen merkitys  
brändille

2.2 Mielikuvaan vaikuttavat  
elementit pakkauksessa



# 2.1 Pakkauksen merkitys brändille

Pakkaukset ovat erottamaton osa kulttuuriamme ja niiden merkitys jokapäiväisessä elämässämme on suurempi kuin edes tiedostamme. Pakkauksilla on niin toiminnallisia kuin viestinnällisiä tehtäviä: ne paitsi sisällyttävät ja suojaavat tuotetta myös kertovat tuotteen ja brändin tarinaa. Pakkausten ulkonäkö ja viestit auttavat tekemään tuotteista haluttavampia, ymmärrettävämpiä ja viihdyttävämpiä. Valtavan tarjonnan keskellä pakkaus on keino erottautua kilpailijoista ja auttaa kuluttajaa löytämään juuri heille sopiva tuote. (DuPuis & Silva 2008, 24)

Tunnistettava pakkaus auttaa markkinoimaan tuotetta ja näin ollen rakentamaan mielikuvaa brändistä. Monesti pakkaus on ainoa kosketuspinta brändin ja kuluttajan välillä, ja jokainen piirre pakkauksessa kertoo brändin arvoista. (Järvi-Kääräinen & Ollila 2007, 11, 38)

Yhä useammin ostopäätökset tehdään kaupassa heräteostoksena. Usein myös samat ominaisuudet sisältävästä tuotteesta on valittavana monta vaihtoehtoa, jolloin erityisesti pakkauksella on suora vaikutus ostopäätökseen ja siihen, minkä tuotteen kuluttaja kokee itselleen sopivimmaksi. (Joutsela 2008, 9, 13)

//

**Pakkaus on se tekijä, joka lopulta ratkaisee, syntyykö ostopäätös vai ei.**

(Joutsela 2008, 9)

## 2.2 Mielikuvaan vaikuttavat elementit pakkauksessa

Brändi on lupaus, joka rakentuu mielikuvista. Lupaus on brändille erottautumiskeino, jonka tulisi olla selkeä, uskottava, ainutlaatuinen ja houkutteleva. Markkinoinnin ja viestinnän tulisi vahvistaa brändin tavoittelemaa mielikuvaa, jotta lupaus voidaan kuluttajan silmissä lunastaa. (Dupuis & Silva 2008, 53)

Pakkaussuunnittelussa mielikuvaan voidaan vaikuttaa visuaalisilla ja tekstuaalisilla keinoilla. Visuaalisiin keinoihin kuuluvat esimerkiksi värit, muodot, kuvat, typografia, merkit ja symbolit. Nämä elementit yhdessä määrittävät, millaista informaatiota pakkauksen pinnassa esitetään. Suunnittelutyylit taas määrittävät, miten tämä informaatio esitetään: esimerkiksi energisesti, leikkisästi, tek-

nisesti tai vaikkapa romanttisesti. Tekstuaalisiin keinoihin sisältyvät luettavuuteen liittyvät seikat ja sanalliseen viestintään liittyvät elementit, kuten tuotenimi ja -lupaus, slogan sekä ohjeet. (Joutsela 2008, 9,13)

Pakkaus on moniaistillinen tapa lähestyä kuluttajaa. Mainonta ja markkinointi on valtaosin näköaistiin perustuvaa, joten pakkauksen etuna onkin monipuolisemmat aistiärsykkeet: pakkauksella voidaan vedota niin näkö-, kuulo-, haju-, kuin tuntoaistiin. Esimerkiksi miellyttävällä materiaalivalinnalla voidaan luoda positiivinen mielikuva tuotteesta ja lupaus laadusta. Silkkipaperin rapina pakkausta avatessa voi tuoda mieleen muiston lapsuuden jännittävistä lahjojen avaamishetkistä.

//

**Kuluttaja  
tulkitsee valmista  
pakkausta, ja  
hänelle syntyy siitä  
oma mielikuvansa.**

(Joutsela 2008, 36)

3.

# Eeva Jokinen Ceramics

3.1 Keraamikko Eeva Jokinen

3.2 Tuotteet

3.3 Arvot

# 3.1 Keraamikko Eeva Jokinen

Eeva Jokinen on keraamikko, joka työskentelee omalla työhuoneellaan Helsingissä piensarjatuotannon ja uniikkien taide-esineiden parissa. Oman tuotantonsa lisäksi Jokinen järjestää keramiikan työpajoja työhuoneellaan sekä toimii keramiikan opettajana Aalto-yliopistossa.

Jokinen käyttää päämateriaalinaan posliinia. Eri-tyisesti kauniisti valoa läpäisevä ja valolla leikittelevä riisiposliini romanttisen luontoteeman ympärillä on Jokiselle ominaista tyyliä. Jokinen arvostaa tekniikan, prosessin sekä materiaalin tuntemusta ja hänen työskentelynsä on harkittua ja käsityötaitoa kunnioittavaa.

Pääasiallinen myyntikanava Jokisen tuotteille on Helsingissä sijaitseva taidekäsityökauppa Okra, jossa hän toimii myös osakkaana. Tuotteita on myös kausiluontoisesti myynnissä erilaisissa tapahtumissa, kuten Ornamon joulumyyjäisissä ja Helsinki Design Weekin Design Marketissa. Jokisella on ollut myös oma verkkokauppa, joka ei kuitenkaan tällä hetkellä ole toiminnassa.

## 3.2 Tuotteet

Eeva Jokisen tuotekatalogi koostuu tällä hetkellä Twisted-posliinimaljakkosarjasta, riisiposliinisesta astiasarjasta ja erilaisista korvakoruista. Näistä kaksi ensimmäistä ovat niin sanotusti viralliset myynnissä olevat tuoteperheet.

Posliiniset Twisted-maljakot muotoillaan käsin sattumanvaraiseen, yksilölliseen muotoonsa. Maljakoiden muotokielessä on feminiinisiä, voimakkaitakin piirteitä. Maljakoita on saatavana mustana ja valkoisena kolmessa koossa.

Tee- ja kahvikupeista, lautasista ja kulhoista koostuvassa riisiposliinimallistossa on käytetty tekniikkaa, jossa raakapoltettuun posliiniin porataan reikiä, jotka taas täytetään läpikuultavalla lasitteella. Pistemäisestä tekniikasta muodostuvissa kuvioissa toistuvat vahvasti luontoaiheet, kuten lumihiutalet, kukat, lehdet ja puut.

Vastakohtana mustavalkoiselle ja hieman herkemmälle tuotannolle Jokinen valmistaa myös pieniä värillisiä kippoja ja leikkisiä korvakoruja.



KUVAT 4-5: TWISTED-MALLISTO



KUVAT 2-3: RIISIPOSLIINIASTIASTO



## 3.3 Arvot

Jokisen arvoja ja työskentelyä ohjaavat vahvasti esine ja sen äärellä vietetty aika. Konkreettisen tuotteen kohdalla ajattomuus nousee tärkeäksi elementiksi. Sen äärellä on tarkoitus rauhoittua ja pysähtyä. Materiaalin, työskentelyprosessin sekä oman työn arvostaminen henkivät harkitusta tekemisestä käsityön ammattilaisena.

### Ajattomuus

Esineen äärellä rauhoittuminen ja keskittyminen

Materiaalin, prosessin ja oman työn arvostaminen

4.

# Suunnittelu- prosessi

4.1 Lähtötilanne

4.2 Aiheen rajaus ja brief

4.3 Ideointi

4.4 Kolme visuaalista linjaa

# 4.1 Lähtötilanne

Jokinen ei ole määrätietoisesti brändännyt tuotteitaan tai itseään keraamikkona. Hänellä ei esimerkiksi ole selkeää yhtenäistä visuaalista identiteettiä, joka toistuisi niin pakkauksissa, sosiaalisessa mediassa kuin verkkosivuilla.

Kummallakaan myytävällä tuotteella ei ole varsinaista myyntipakkausta, vaan tuotteet pakataan aina oston yhteydessä kuplamuoviin, aaltopahviin ja paperipussiin. Pakkauksen funktio on siis pelkästään suojata tuotetta rikkoutumiselta, eikä se kerro sisällöstä tai tekijästä. Pakkaustavasta ei myöskään välity tuotteen arvo: yksittäisen esineen uniikkius, käsityön tuntu tai laatu.



LÄHTÖTILANNE JA JÄLLEENMYYJÄN PAKKAUSTAPA



## 4.2 Aiheen rajausta ja brief

Keskusteltuani Jokisen kanssa työn rajauksesta päätimme, että suunnittelen opinnäytteenäni myyntipakkauksen maljakkosarjalle. Tehtävä pitää sisällään pakkauksen rakenteen ja visuaalisen ilmeen suunnittelun kolmelle erikokoiselle maljakkolle.

Pidimme aloituspalaverin 8.11.2019, jossa kävimme läpi työn tavoitteita, rajoituksia ja toiveita. Keskustelimme luonnollisesti myös tuotteista ja Jokisesta keramiikan ammattilaisena. Tapaamisen jälkeen sain selkeät lähtökohdat suunnitteluprosessiin, jotka ohjaavat sekä toiminnallisia että esteettisiä valintoja.

### Yhteenveto aloituspalaverista

#### Toiminnalliset tavoitteet

##### **Kustannustehokkuus**

Materiaalien ja valmistustekniikoiden valinta toteutettava edullisesti tinkimättä kuitenkaan liikaa tavoitellusta laatuvaikutelmasta.

##### **Tuotteiden yksilöinti**

Pakkauksesta tulee käydä ilmi tuotteen koko.

##### **Tuotteen suojaaminen**

Pakkauksen tulee suojata tuotetta kolhuilta ja sen tulisi olla myös postitettavissa.

##### **Informatiivisuus**

Pakkauksesta tulee ilmetä muun muassa hoito-ohjeet ja kotimaisuus.

##### **Käytännöllisyys**

Pakattua tuotetta tulee voida tarkastella esim. myymälässä ja pakkauksen käytön tulee olla vaivatonta.

#### Esteettiset tavoitteet

##### **Arjen luksus**

Pakkauksen tulee viestiä tuotteen arvosta, laadusta ja merkityksestä omistajalleen.

##### **Ajattomuus**

Pakkauksen ilmeen tulee kestää aikaa.

##### **Tuotteen olemus**

Pakkauksen tulee kertoa enemmän tuotteen tarinaa tekijän sijaan.

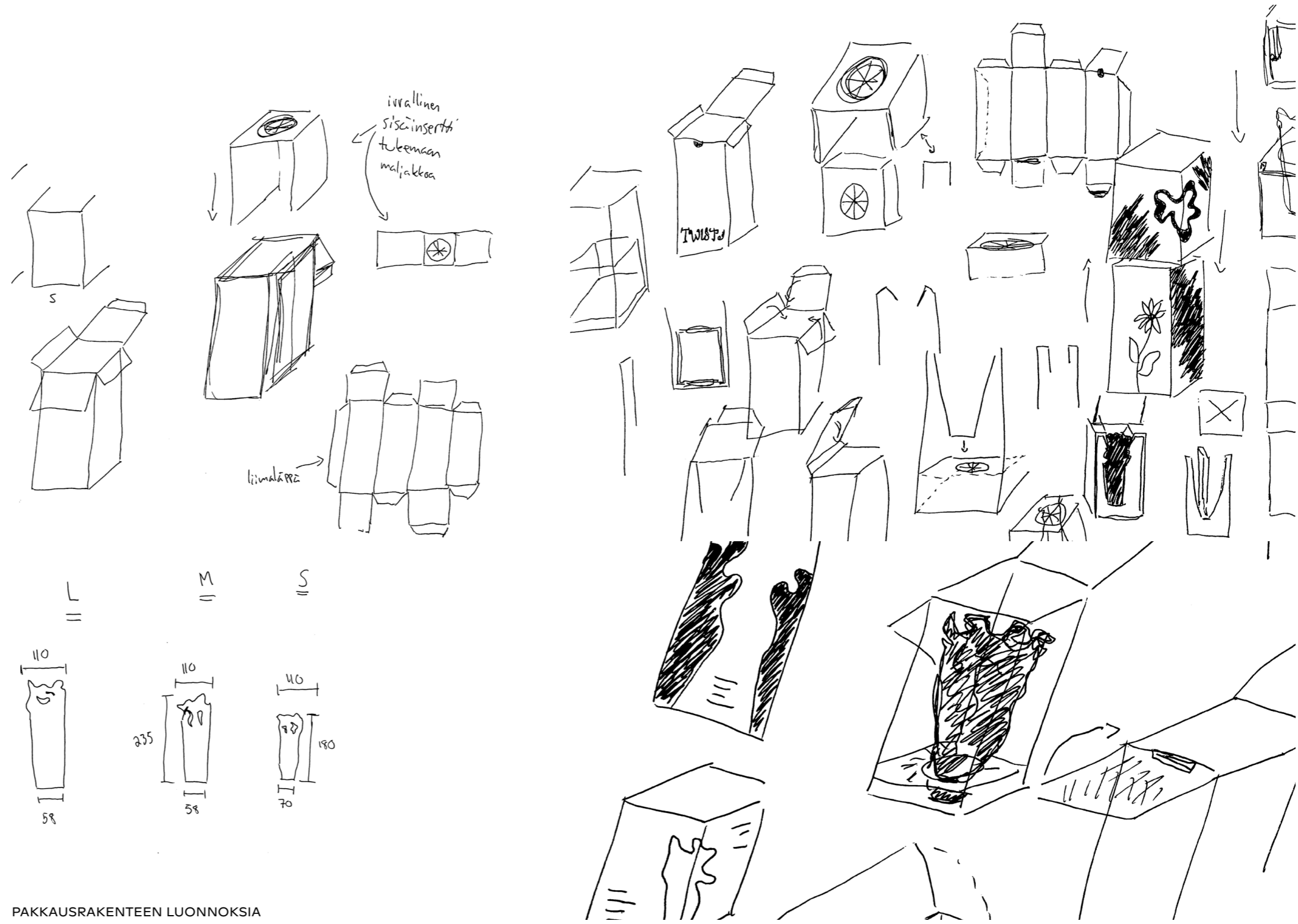
##### **Brändi**

Pakkauksen tulee vahvistaa ja kirkastaa Jokisen ja hänen tuotteidensa brändiä.

# 4.3 Ideointi

Aloitin pakkauksen ja ilmeen ideoinnin tapaamisemme jälkeen. Keskustelumme pohjalta oli selvää, että pakkausrakenteen tulisi olla melko pelkistetty ja helposti toteutettavissa. Päätin, että rakenteessa en lähde luonnostelemaan useaa, toisistaan täysin erilaista muoto- tai materiaalisuuntaa. Tein pikaprotoja pakkauksesta ja testasin erilaisia tukirakenteita.

Luonnostelin sen sijaan kaksi konseptia visuaalisesta ilmeestä moodboardeja apuna käyttäen. Molemmat keskittyvät tuotteeseen ja sen muoto- kieleen, yksi voimakkaammalla ja toinen vähäeleisemmällä visuaaliikalla.



PAKKAUSRAKENTEEN LUONNOKSIA

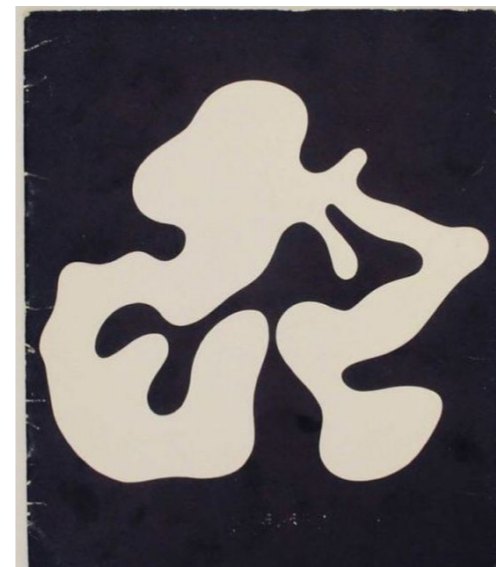
# 4.3 Ideointi

## Moodboardit ja luonnokset

### 1. Twisted – vahva & feminiininen

Konseptin keskiössä on maljakon voimakas muotokieli ja materiaalin tuntu. Kuva ja muoto ottavat pakkauksen pinnan haltuun ja mustan ja valkoisen väripinnan tasapaino voisi toimia erottautumistekijänä.

Kuvitustapana esim. hiilipiirros tai abstrakti valokuva tuotteesta.

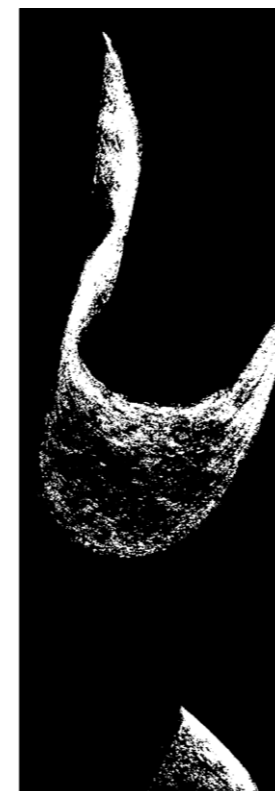
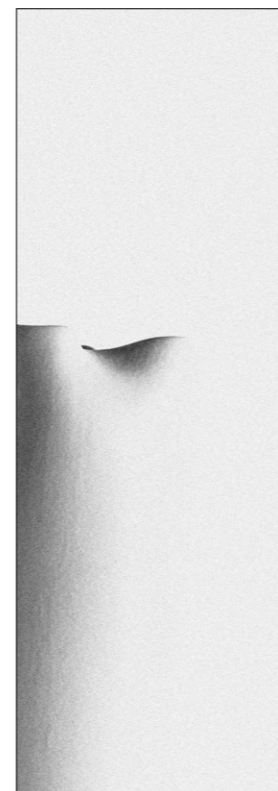


KUVAT 6-13

# 4.3 Ideointi

Moodboardit ja luonnokset

**1. Twisted – vahva & feminiininen**  
Ensimmäisiä luonnoksia moodboardin pohjalta.



**Eeva Jokinen**  
Ceramics

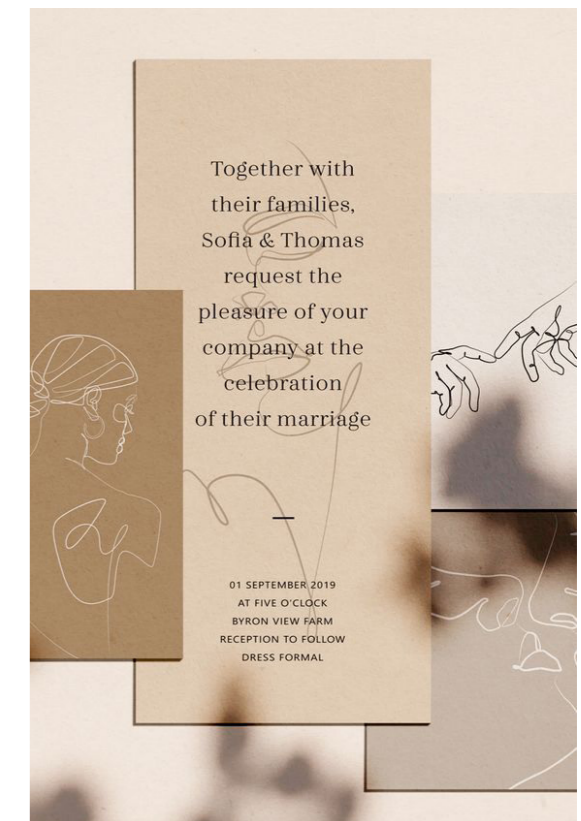


# 4.3 Ideointi

## Moodboardit ja luonnokset

### 2. Twisted – herkkä & hienovarainen

Konsepti painottaa ajattomuutta ja viestii tätä kautta tuotteen luonteesta. Kuvitustyyli on vähäeleisempi ja siinä voisivat yhdistyä niin tuote kuin sen käyttötarkoituksin: kuva-aiheita voi hakea maljakosta ja siihen asetettavista kukista. Materiaalin tuntuun voi vaikuttaa kartonkivalinnalla tai esim. kohokuvioinnilla.



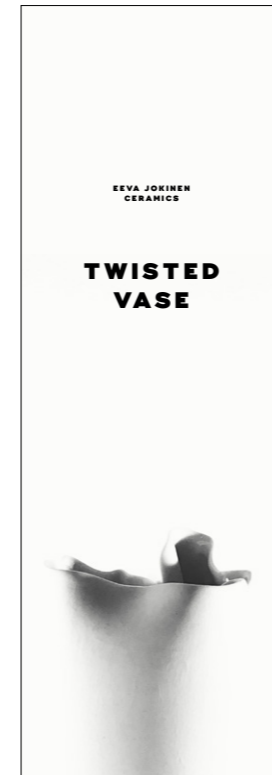
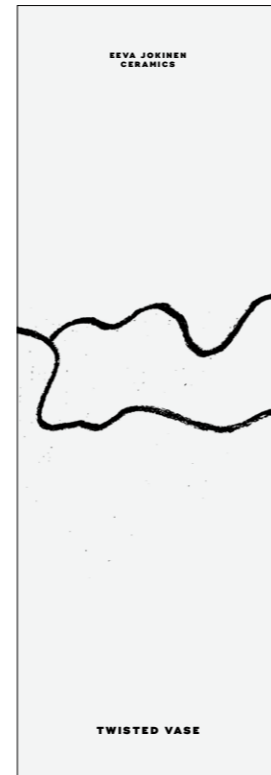
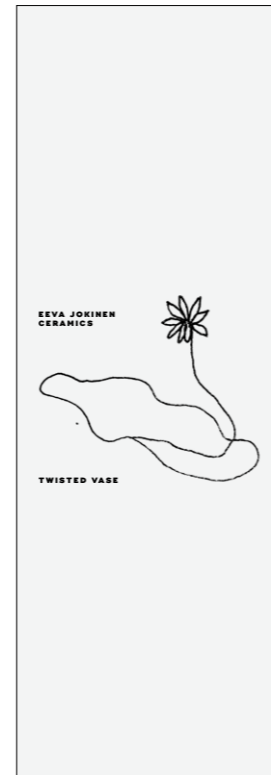
KUVAT 14–20

# 4.3 Ideointi

Moodboardit ja luonnokset

## 2. Twisted – herkkä & hienovarainen

Ensimmäisiä luonnoksia moodboardin pohjalta.



Ideoinnista ja asiakkaan palautteesta  
nousseet avainsanat suunnitteluun



Yllätys  
Leikkisyys & romantiikka  
Valo & varjo  
Jäntevä liike



Kolme visuaalista linjaa

## 4.4 Kolme visuaalista linjaa

Jokiselta ensimmäisistä luonnoksista saatujen kommenttien pohjalta syntyi kolme visuaalista lähestymistapaa.

Ensimmäisessä, voimakkaammassa moodboardissa Jokinen tykästyivät voimakkaisiin muotoihin ja kontrasteihin sekä puolet ja puolet -ajatteluun väripintojen jaossa. Hän kuitenkin koki, että tyyli ei välttämättä puhuttelisi hänen nykyistä pääasiallista asiakaskuntaansa.

Toisessa moodboardissa Jokinen piti kukka-aiheesta sekä pakkauksen ympäri kiertävästä kuvituksesta.

Typografisista ehdotuksista Jokinen koki päätteettömän ja pelkistetyimmän suunnan enemmän omakseen.

Seuraavissa visuaalisissa linjoissa yhteistä on tuotteesta haettu muotokieli. Esitystapa on kuitenkin erilainen, mikä vaikuttaa voimakkaasti siihen, millaisen mielikuvan pakkaus herättää.





## 4.4 Kolme visuaalista linjaa

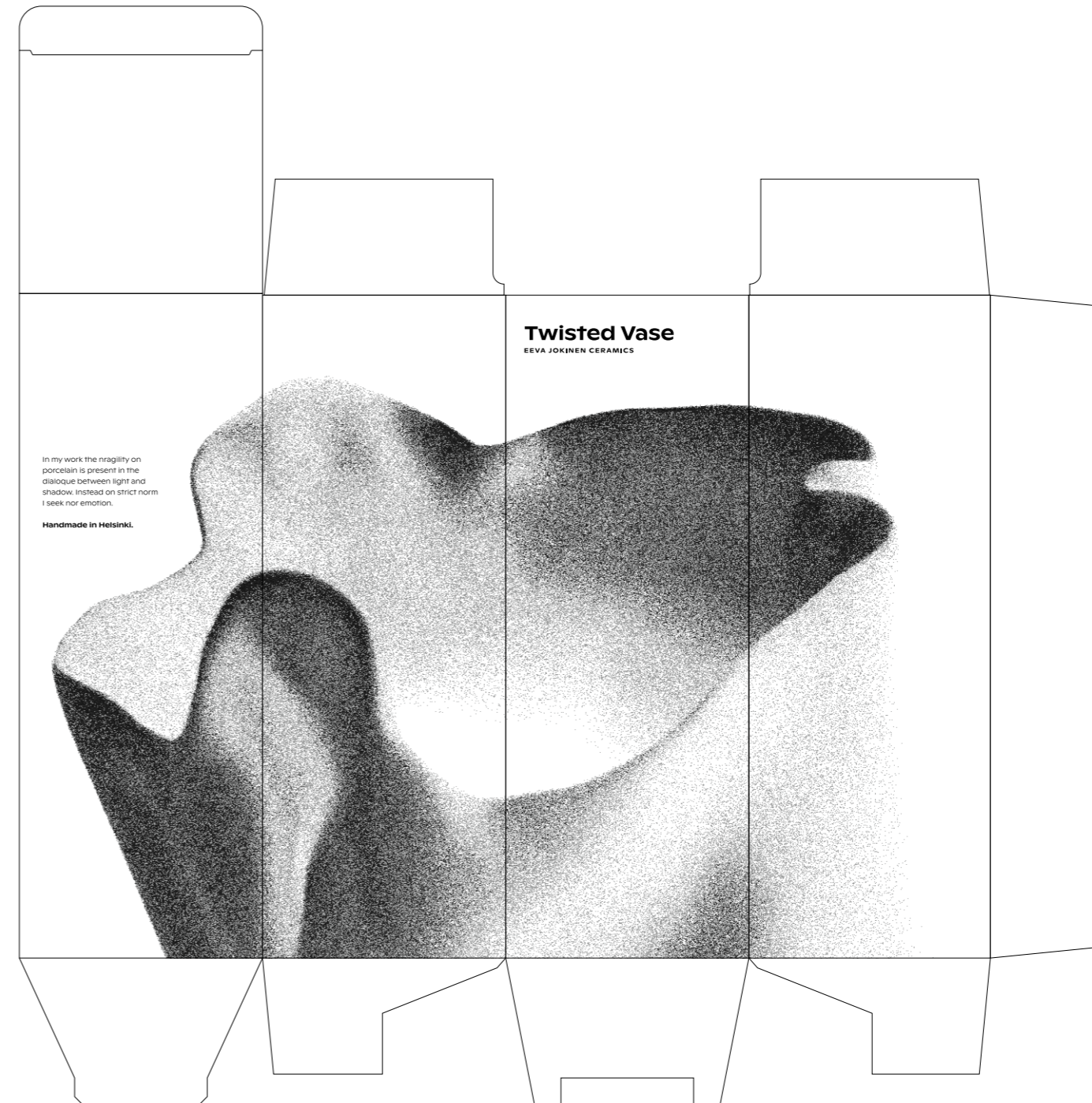
### 1. Valokuva

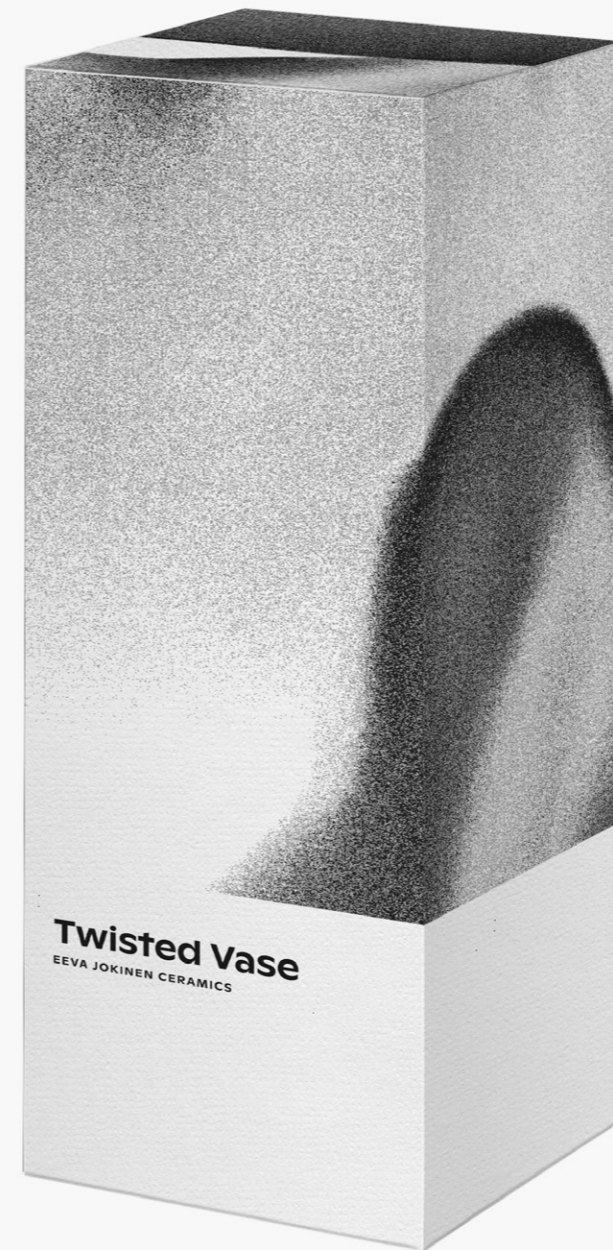
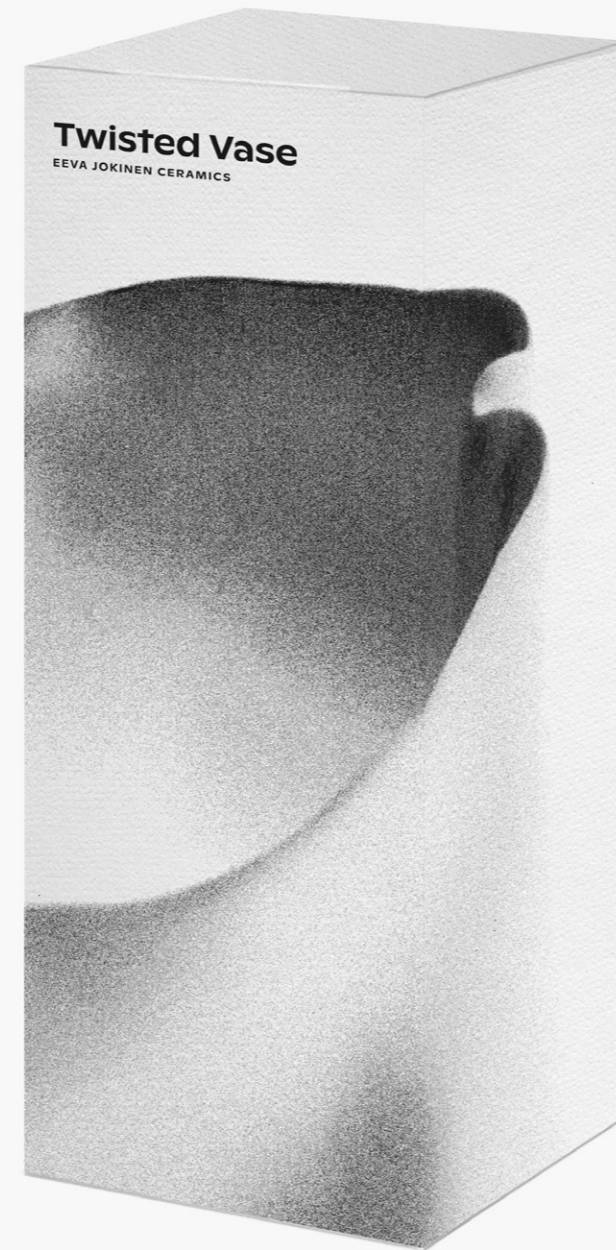
Ensimmäisenä lähdin kokeilemaan kuvitusta valokuvaamalla maljakon profilia. Valokuvasta muodostuu voimakkaita kontrasteja ja muotoja, joista syntyy mielenkiintoista maisemallisuutta.

Valokuvalla kuvittaminen olisi myös helposti sovellettavissa muihin tuotteisiin.

Viereinen luonnos on tehty suurimman maljakkoon pakkaukseen.

Jokinen piti kyseistä linjaa melko ankarana ja siitä puuttui leikkisyyttä. Hän kuitenkin piti voimakaista muodoista sekä valon ja varjon synnyttämästä tilallisuudesta.





## 4.4 Kolme visuaalista linjaa

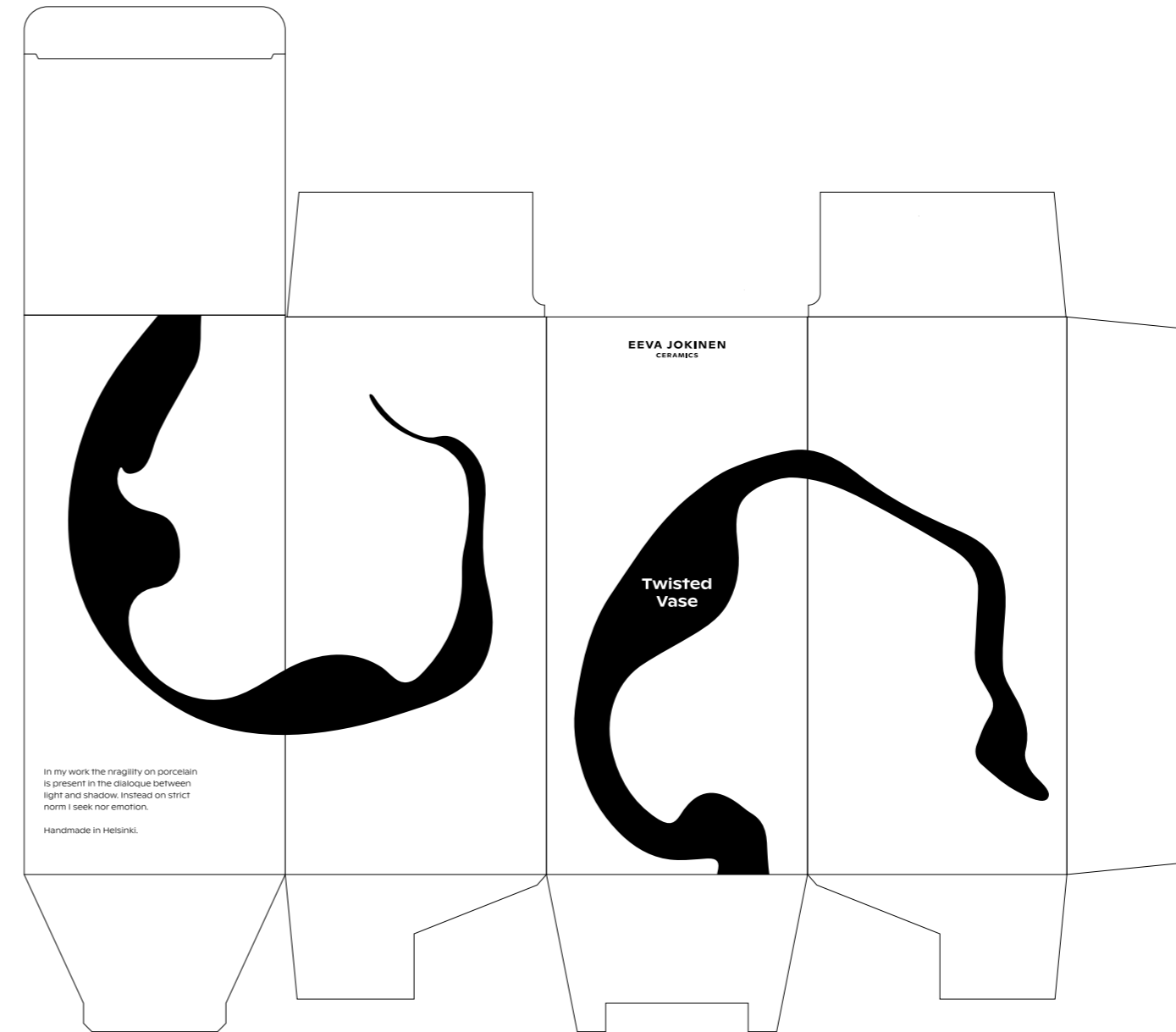
### 2. Kompakti väripinta

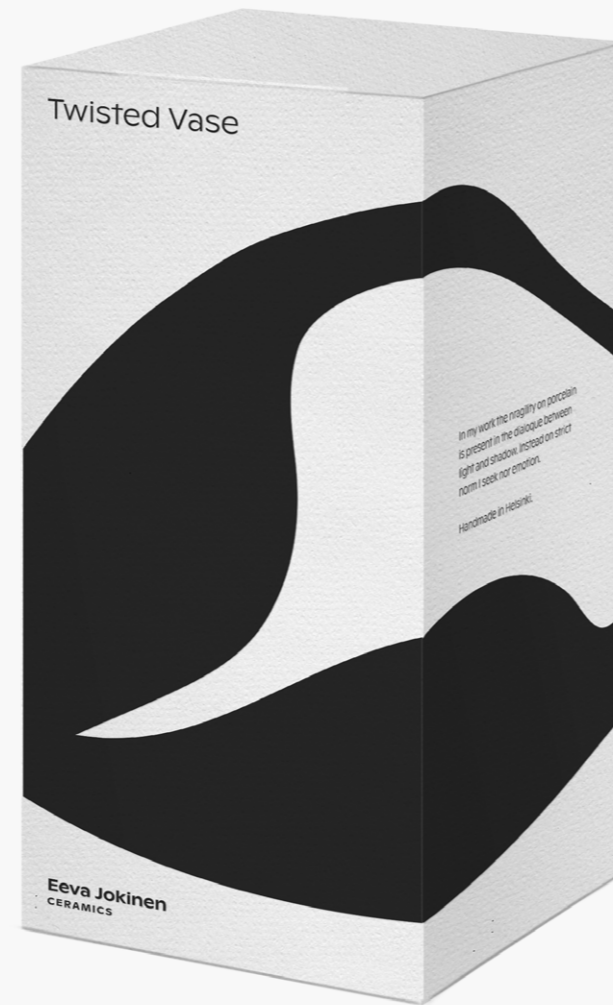
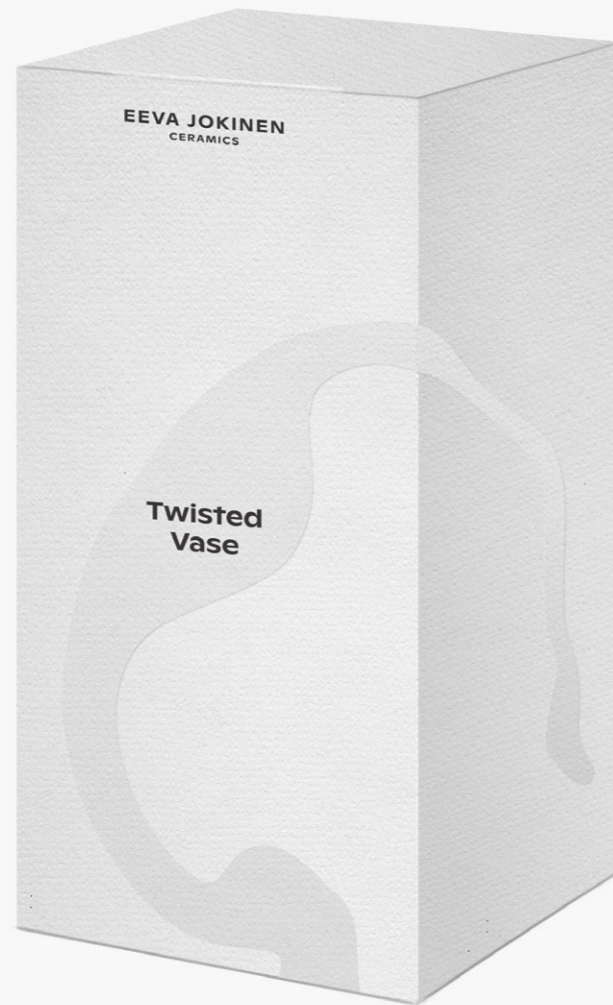
Toisena vaihtoehtona lähdin hakemaan maljakon pystysuunnasta muotoa, jota sovelsin erikokoisena kompaktipintaisena värielementtinä pakkauksen sivuilla.

Tässä linjassa kokeilin yhtenä vaihtoehtona kohokuvioinnin tai kohdelakkauksen käyttöä muodossa, mikä korostaisi materiaalin tuntua ja loisi laatuvaikutelmaa.

Viereinen luonnos on tehty keskimmäisen maljakkokoon pakkaukseen.

Tässä linjassa Jokinen piti keveästä yleisilmeestä sekä ajatuksesta kohokuvioinnin käytöstä, mutta kuvion muoto jäi epäselväksi ja oudoksi. Keskitetty tekstin sijoitus oli myös toimiva.





## 4.4 Kolme visuaalista linjaa

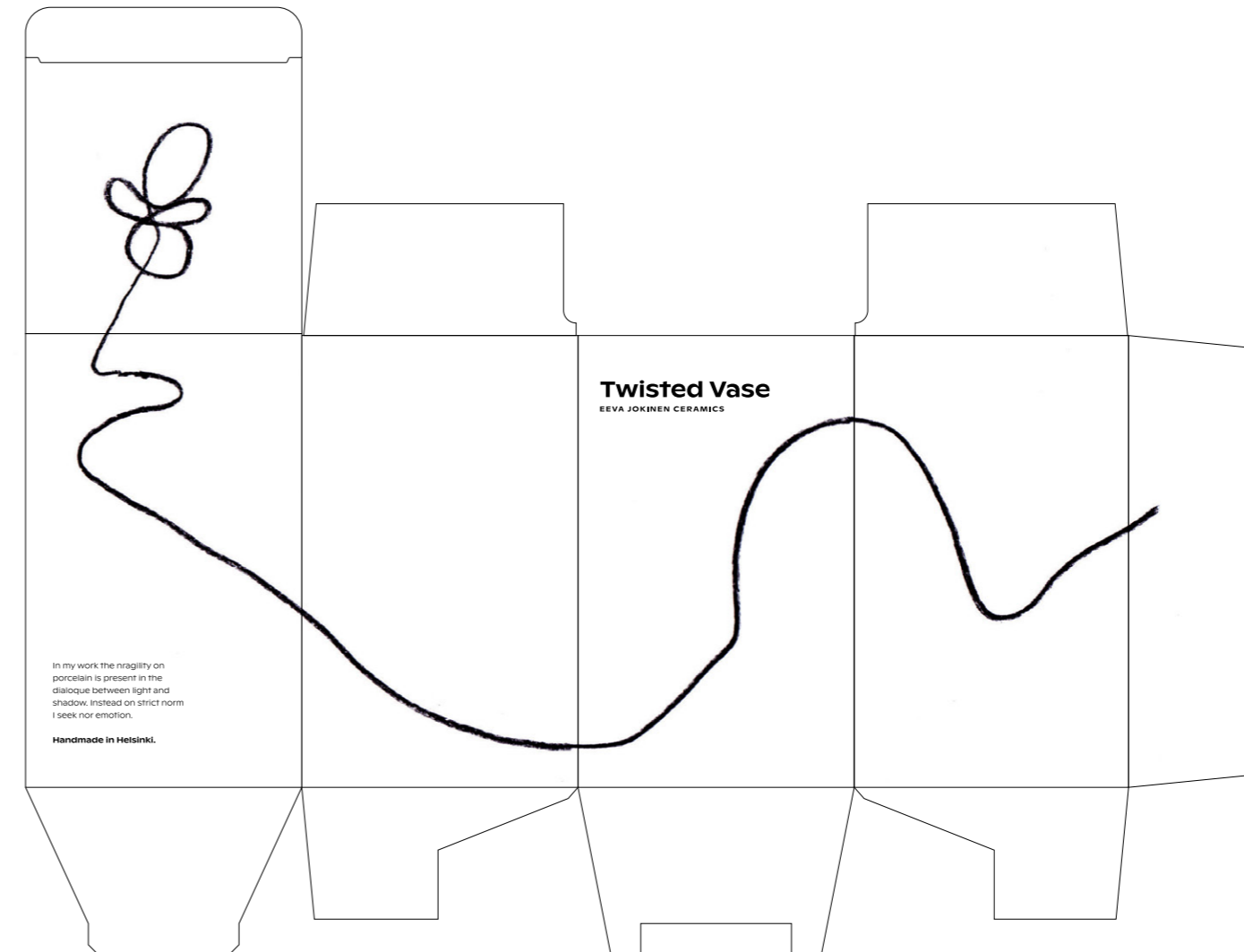
### 3. Viivaelementti

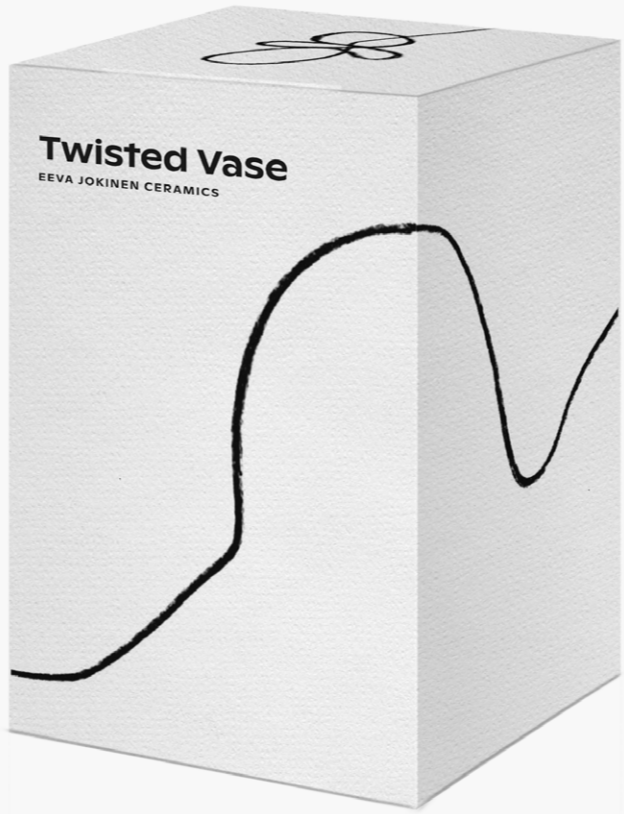
Kyseinen lähestyminen on kolmesta linjasta kevein ja romanttisin. Graafisen ilmeen ollessa minimalistinen painotin myös tässä linjassa materiaalivalintaa ja vahvempaa materiaalin tuntua.

Tästä konseptista nousi idea yllätyksellisyyden lisäämisestä pakkauksen sisäpuolelle ja avaamistilanteeseen. Ulkokuoren ollessa melko vähäeleinen, voisi sisäpuolen suojapaperiin tuoda voimakkaampaa väriä ja iloisuutta painetulla kukkakuvioinnilla.

Viereinen luonnos on tehty pienimmän maljakkokoon pakkaukseen.

Jokinen piti linjassa edelleen eniten pakkausta kiertävästä kuvituksesta ja hennommassa piirrosjäljestä. Myös idea painetusta silkkipaperista herätti mielenkiintoa.





# 5.

# Valmis pakkauskonsepti

5.1 Pakkaus rakenne ja -materiaali

5.2 Pakkauskoot

5.3 Visuaaliset elementit

5.4 Typografia

5.5 Värit

# 5.1 Pakkausrakenne ja -materiaali

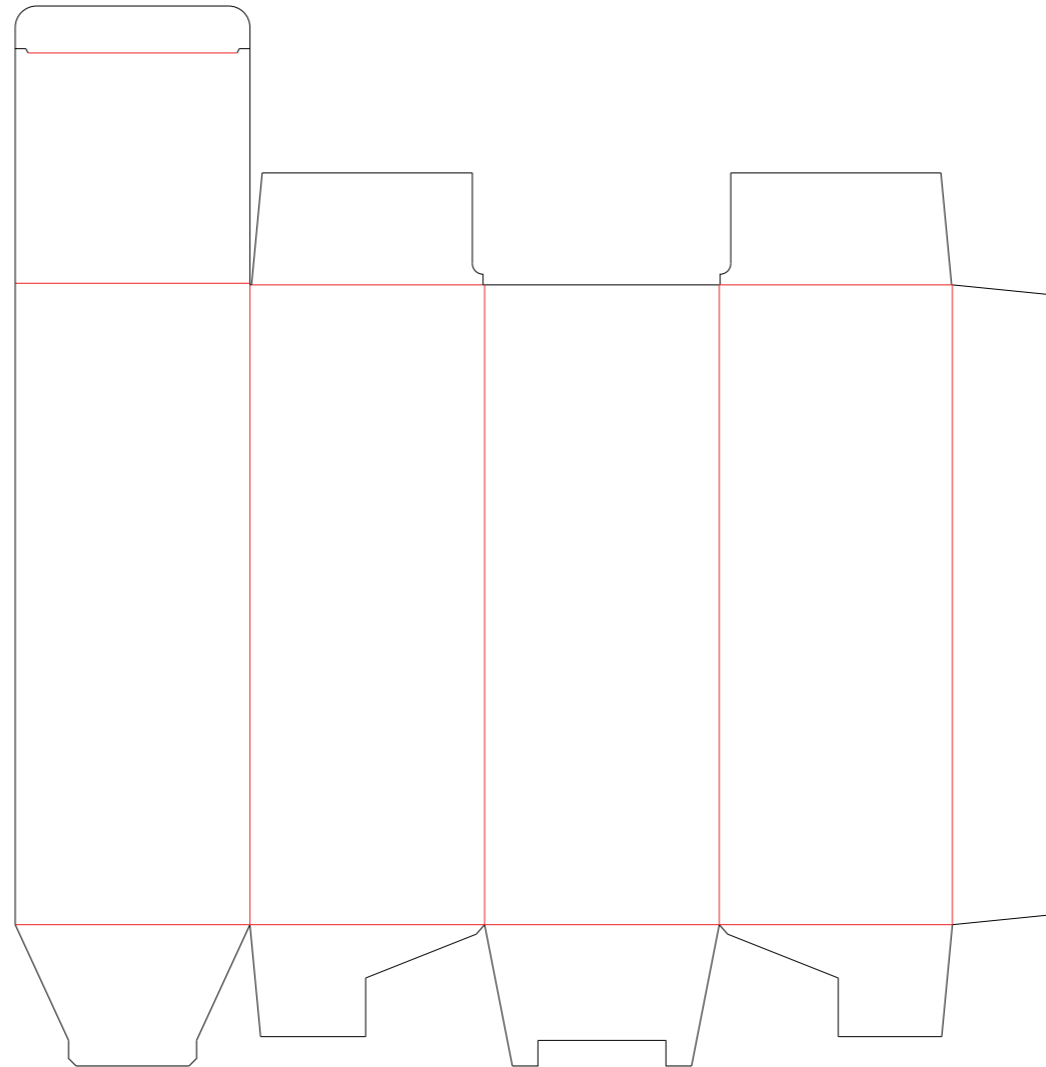
Valmiin pakkauskonseptin rakenne noudattelee standardiratkaisua. Pakkaus koostuu sivuliimattavasta kotelosta ja sisäpuolelle tulevasta tukirakenteesta. Tukirakenne estää maljakon liikkumisen kotelossa ja luo myös viimeistellymmän kokonaisvaikutelman.

Sivuliimaus mahdollistaa kestäväen rakenteen ja tyhjänä pakkaus vie vähän tilaa. Käsinkoottava pohjarakenne kestää tuotteen painon ja pakkaus on helppo ja nopea koota esimerkiksi myymälässä.

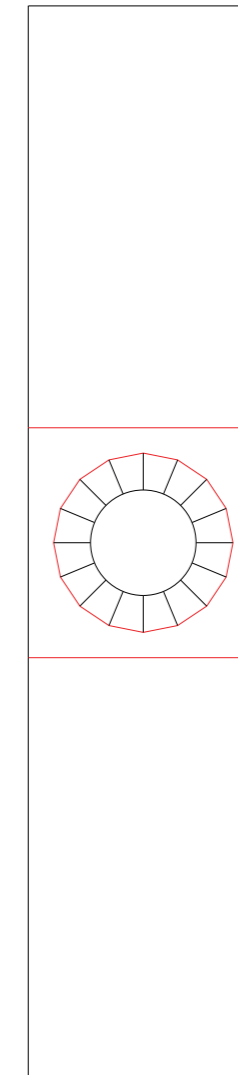
Pakkausrakenne pysyy korkeusvaihtelua lukuun ottamatta samana kaikissa kolmessa koossa.

Pakkausmateriaali on vahva, strukturoitu valkoinen kartonki. Täsmällinen pakkausmateriaalin valinta riippuu kuitenkin tuotantopaikasta ja -menetelmästä.

Pakkauksen sisällä maljakon ympärillä käytetään suojaavana ja visuaalisena elementtinä painettua silkkipaperia.



PAKKAUKSEN HAVAINNOLLISTAVA RAKENNEKUVA

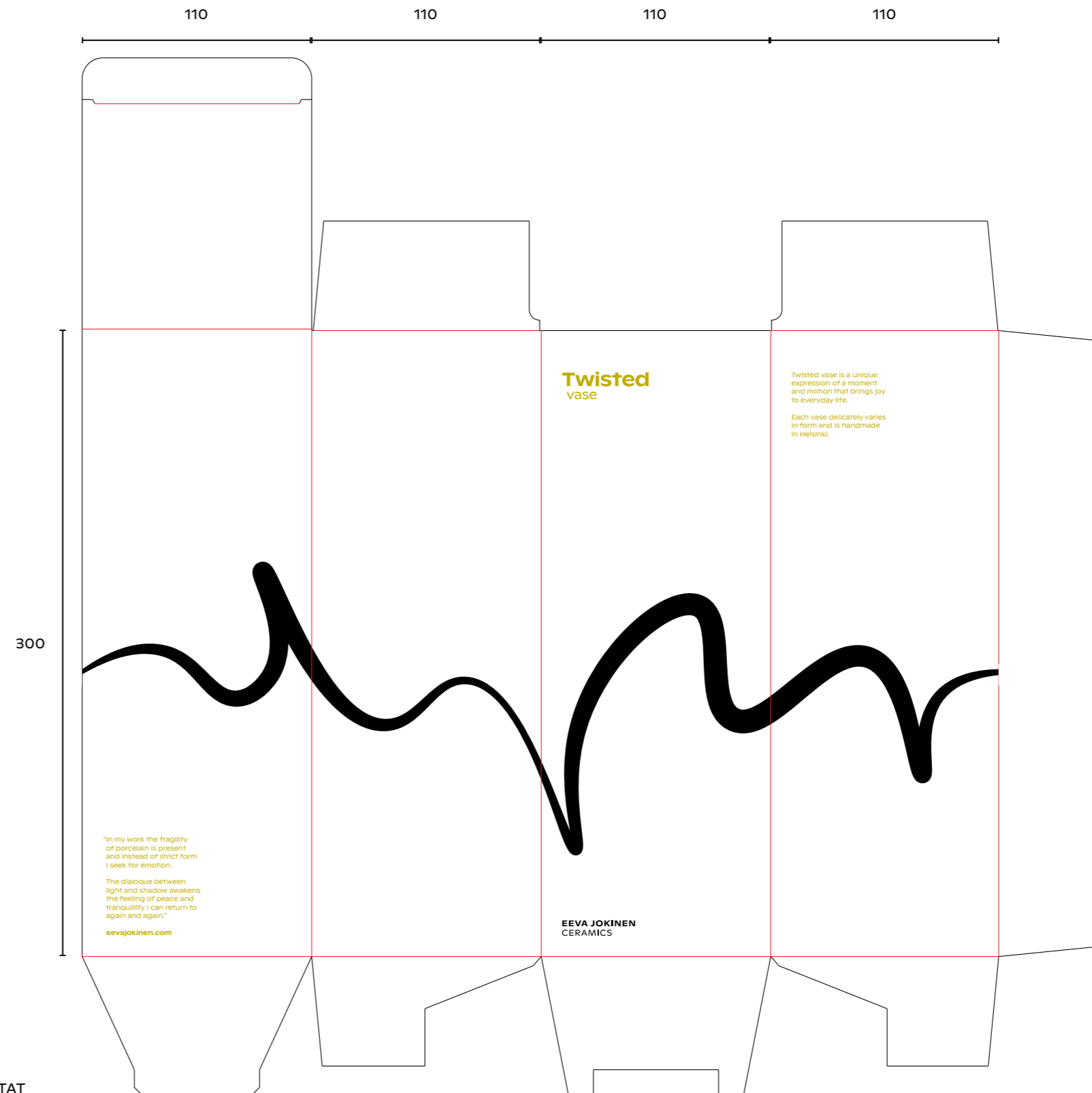


TUKIRAKENTEEN HAVAINNOLLISTAVA RAKENNEKUVA



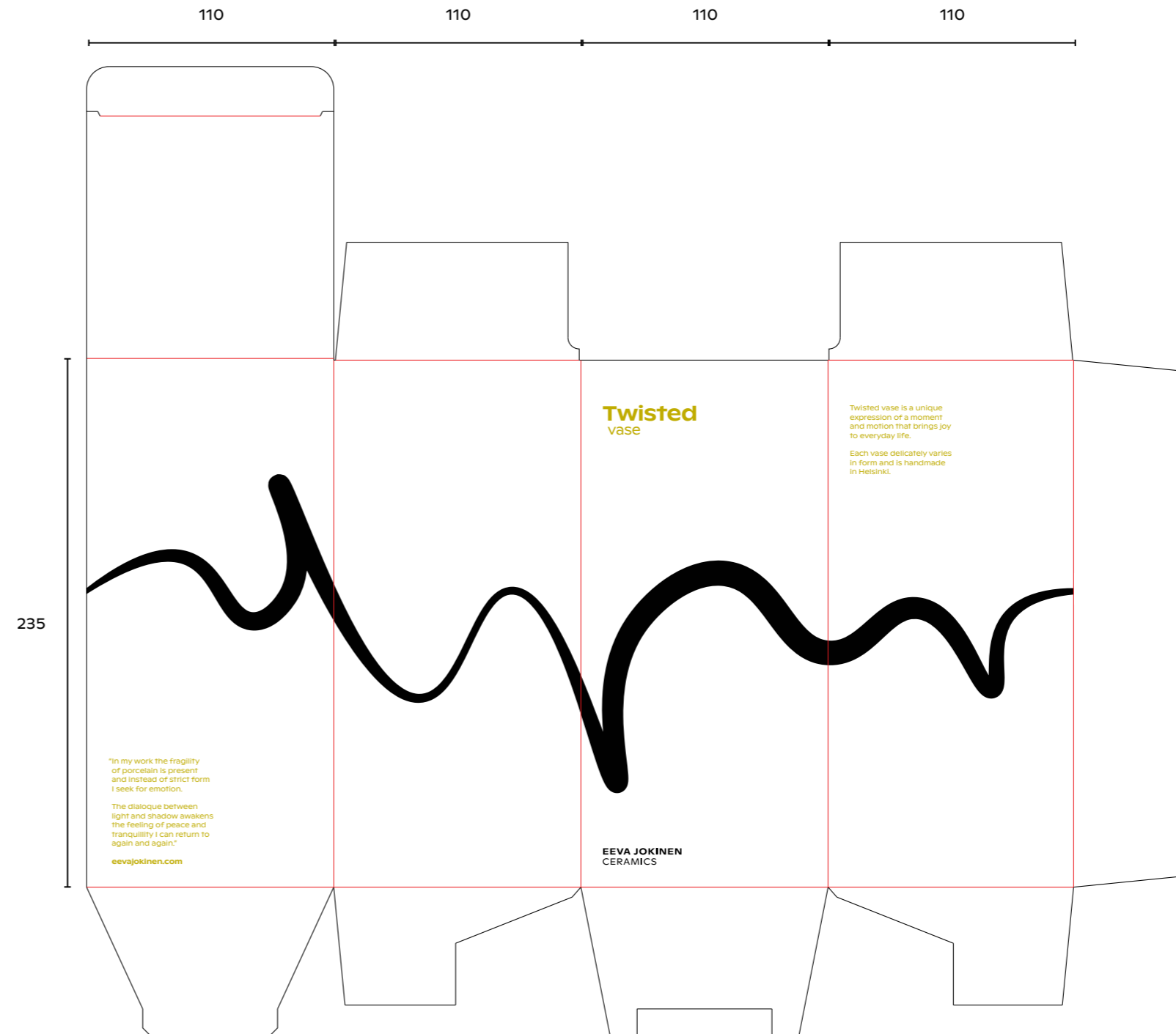
## 5.2 Pakkauskoot

Koska jokainen pakattava tuote on hieman erilainen muodoltaan, on pakkaukset mitoitettu kussakin koossa suurimpien mahdollisten tuotteiden mukaan.



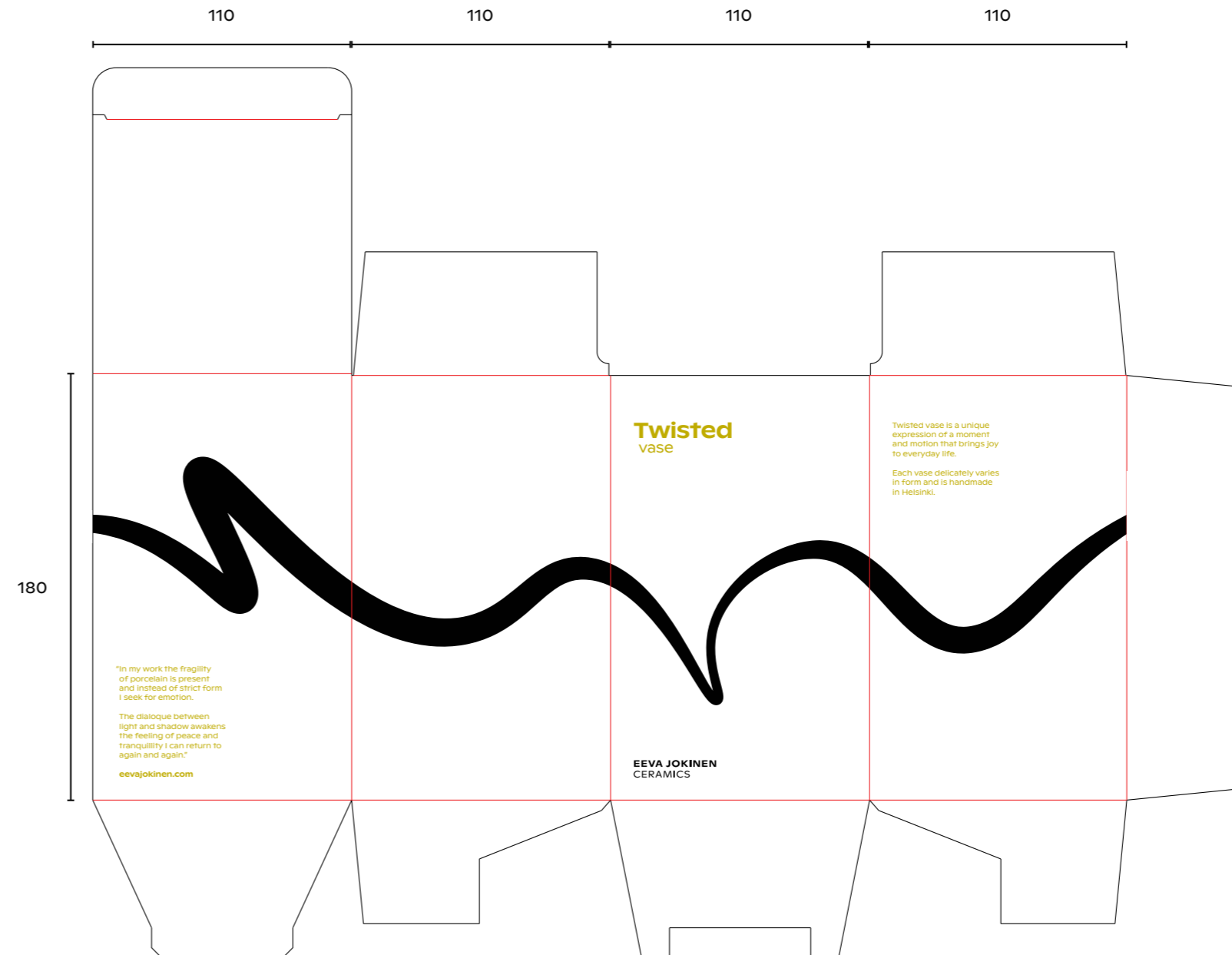
SUURIMMAN KOON PAKKAUKSEN MITAT

## 5.2 Pakkauskoot



KESKIKOON PAKKAUKSEN MITAT

## 5.2 Pakkauskoot



PIENIMMÄN KOON PAKKAUKSEN MITAT

## 5.3 Visuaaliset elementit

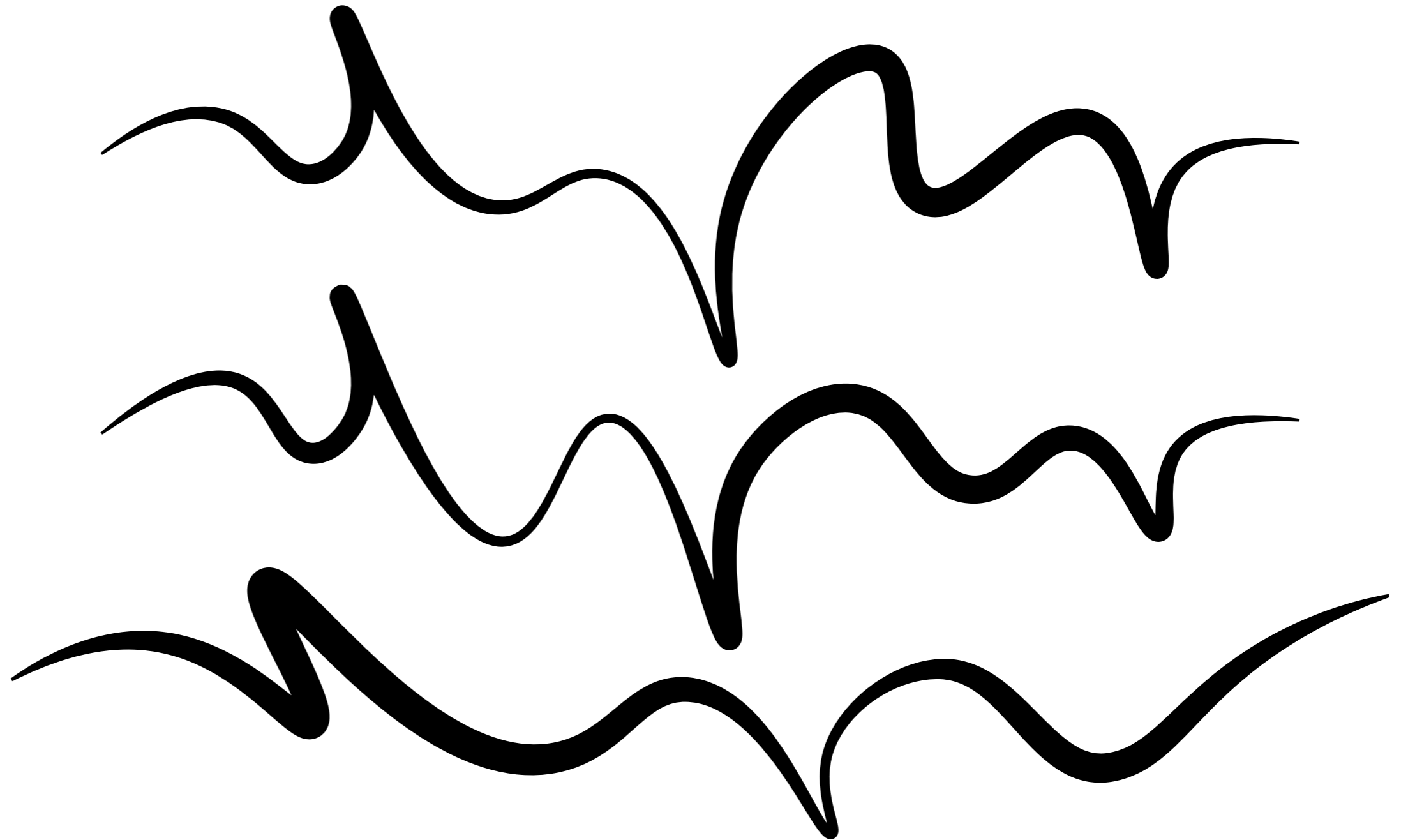
### Pakkauksen kuvitus

Pakkauksen kuvitus pohjautuu asiakkaalta saattuihin kommentteihin ja hänen omiin hahmotelmiinsa viivaelementistä.

Viiva ilmentää näennäisesti tuotteen muotoa. Se luo mielikuvan pakkauksen sisällöstä olematta kuitenkaan liian realistinen kuvaus tuotteesta. Paksuusvaihtelulla on pyritty luomaan ulottuvuutta ja aaltomaisella liikkeellä jäntevää mutta sattumanvaraista jälkeä, joka maljakoissakin on läsnä.

Jokaisessa pakkauskoossa muodot muistuttavat toisiaan olematta kuitenkaan täysin samanlaisia. Vaihtelevuus tukee ajatusta tuotteiden uniikkudesta.

Viivaelementti on myös hyvin sovellettavissa muihin tuotteisiin tulevaisuudessa.

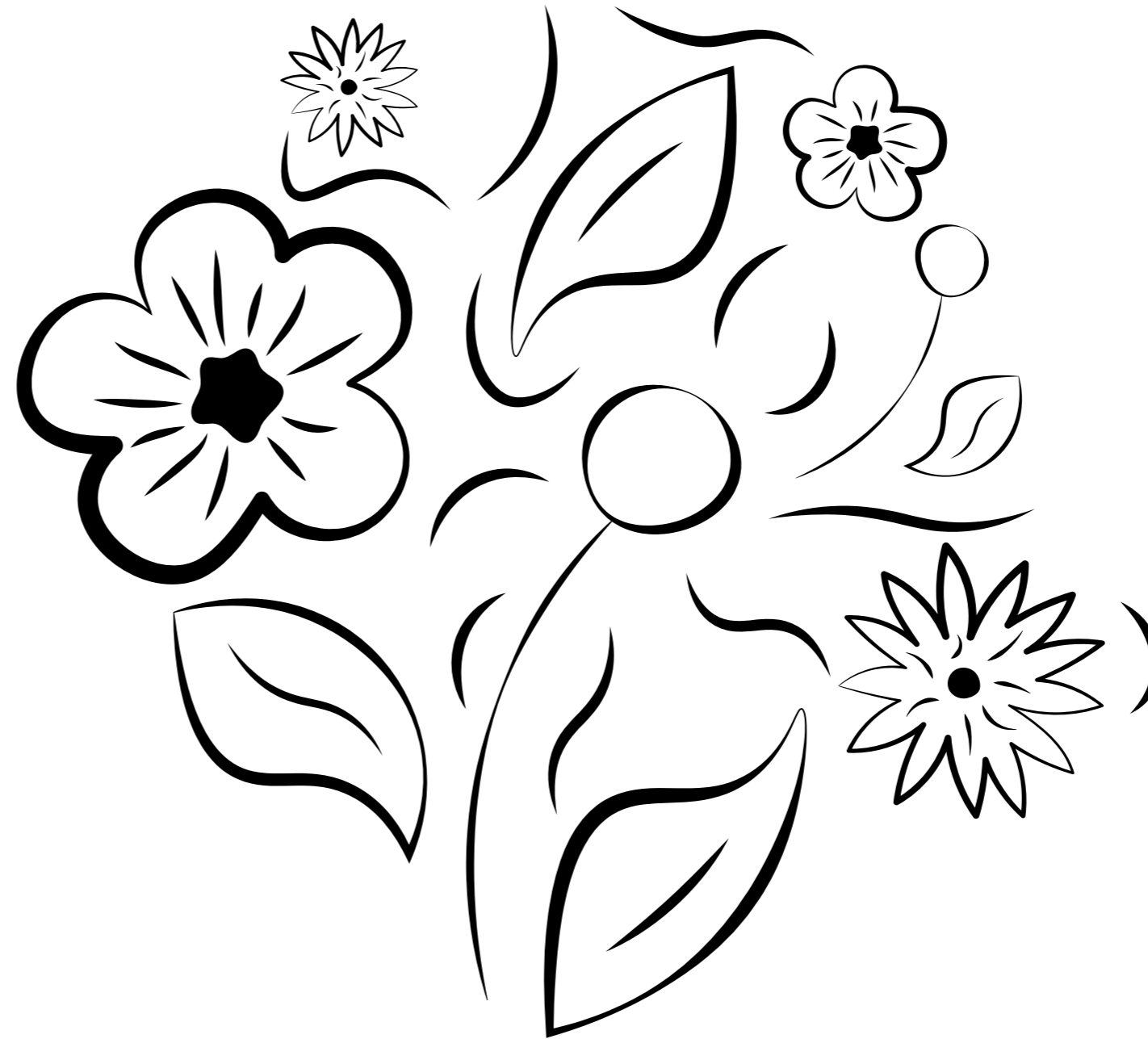


## 5.3 Visuaaliset elementit

### Silkkipaperin kuvitus

Silkkipaperi on avaamishetkellä yllätyksellinen ja leikkisä elementti, joka nostaa esiin Jokiselle tärkeän luontoaiheen.

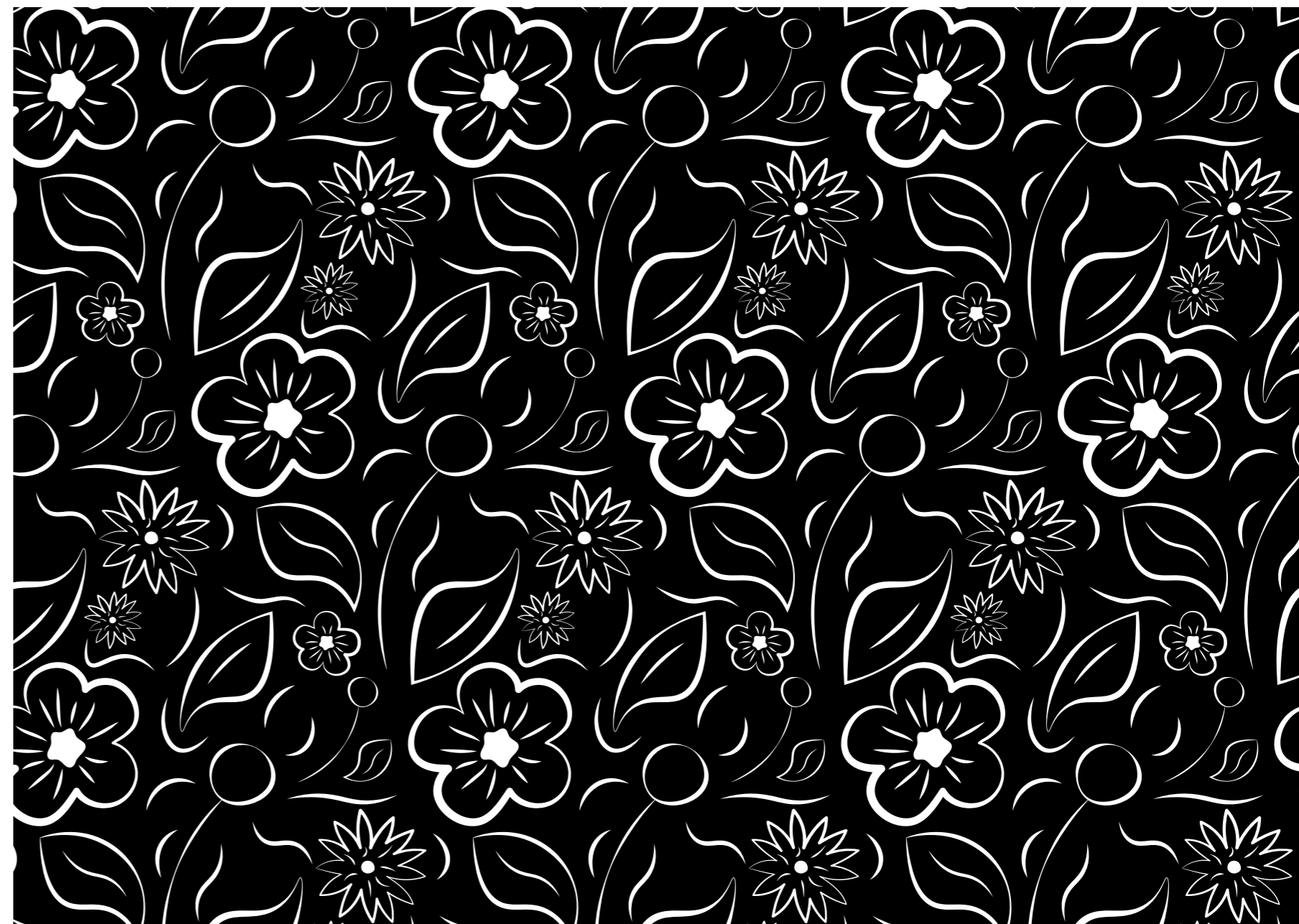
Silkkipaperiin voidaan painaa eri sesonkien mukaan runsaita, erivärisiä kukkakuoseja, jotka luovat kontrastia pakkauksen ulkopinnan mustavalkoiselle ja minimalistiselle ilmeelle.



## 5.3 Visuaaliset elementit

Silkkipaperin kuvitus

Toistuva kukkakuosi.



## 5.4 Typografia

Pakkaukseen valittu kirjaintyyppi on sveitsiläisen Dinamo-fonttisuunnittelutoimiston Ginto Nord ja sen regular- ja medium-leikkaukset.

Ensimmäisissä moodboardeissa ja luonnoksissa Jokinen koki enemmän omakseen päätteettömän ja vähäeisemmän kirjaintyylin.

Ginto Nord on tasapainoinen ja selkeä sans serif -fontti, mutta sen kirjaimista löytyy kuitenkin mielenkiintoista jännitettä ja vahvuusvaihtelua, mikä mielestäni sopii Jokisen brändiin ja tuotteisiin. Se on sopiva yhdistelmä asiallisuutta ja persoonallisuutta.

**Ginto Nord  
Medium**

**ABCDEFGHIJKLMN  
OPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmn  
opqrstuvwxyz**

**Ginto Nord  
Regular**

ABCDEFGHIJKLMN  
OPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmn  
opqrstuvwxyz

**EEVA JOKINEN**  
**CERAMICS**

LOGOTYYPPI LADOTTUNA GINTO-KIRJAINTYYPILLÄ

5. Valmis pakkauskonsepti

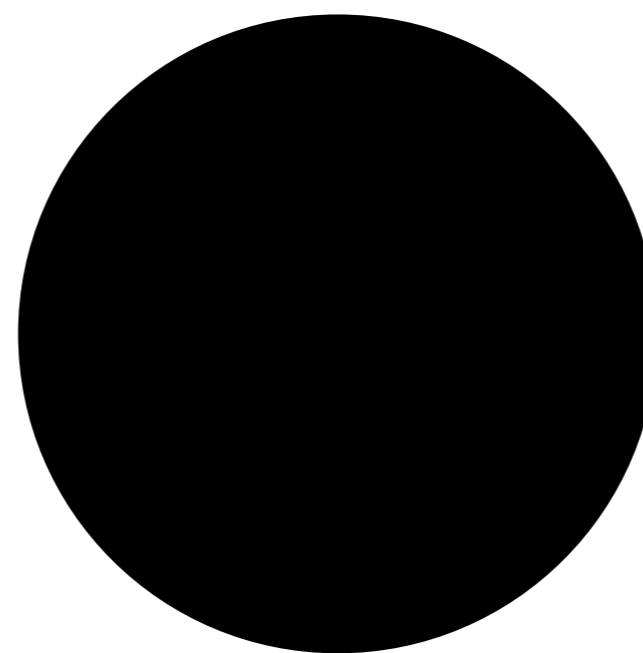
**EEVA JOKINEN**  
**CERAMICS**



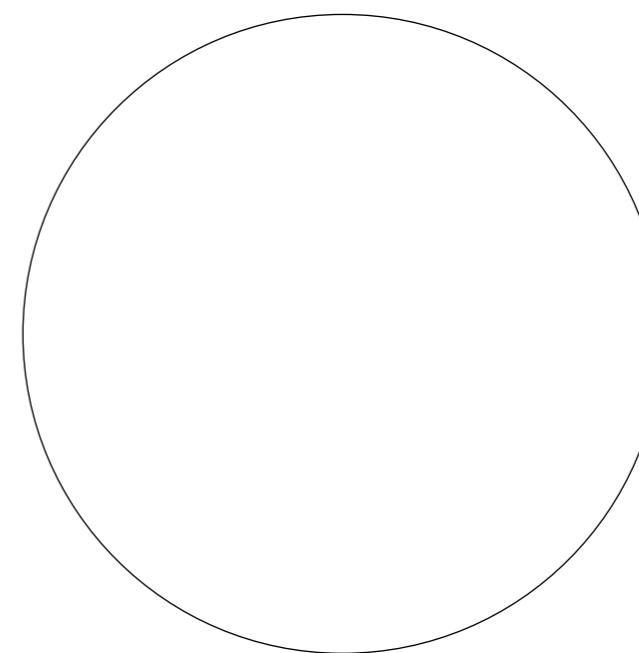
# 5.5 Värit

Kuten Twisted-sarjan maljakoissa, myös muissa Jokisen tuotteissa mustavalkoinen värimaailma on pääosassa. Oli siis perusteltua ja luontevaa ottaa pakkauksen pääväreiksi musta ja valkoinen.

Lisävärit on haettu Jokisen töissä toistuvista kukka- ja luontoaiheista, ja niitä voidaan käyttää pienemmässä osassa suhteessa pääväriin. Värit myös keventävät voimakaskontrastista yleisilmettä ja toimivat yllätyksellisenä elementtinä.



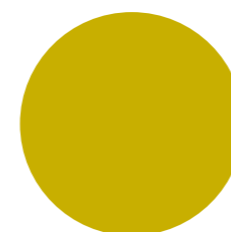
C O M O Y O K 100  
R O G O B O



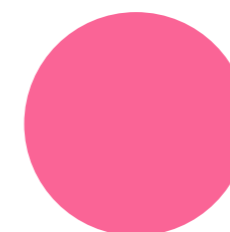
C O M O Y O K O  
R 255 G 255 B 255



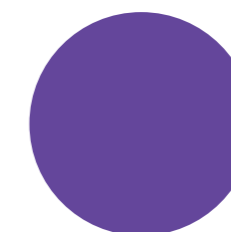
C 55 M 0 Y 70 K 0  
R 100 G 215 B 120



C 0 M 5 Y 100 K 30  
R 200 G 175 B 0



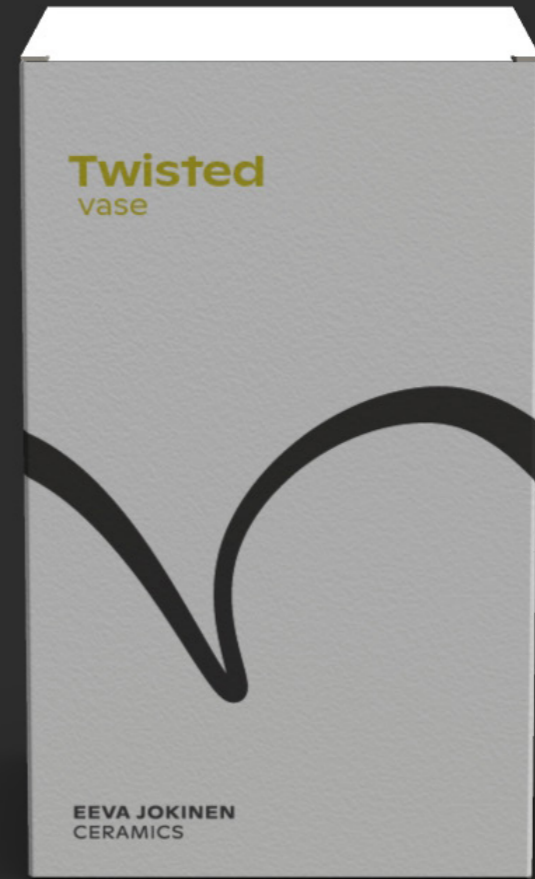
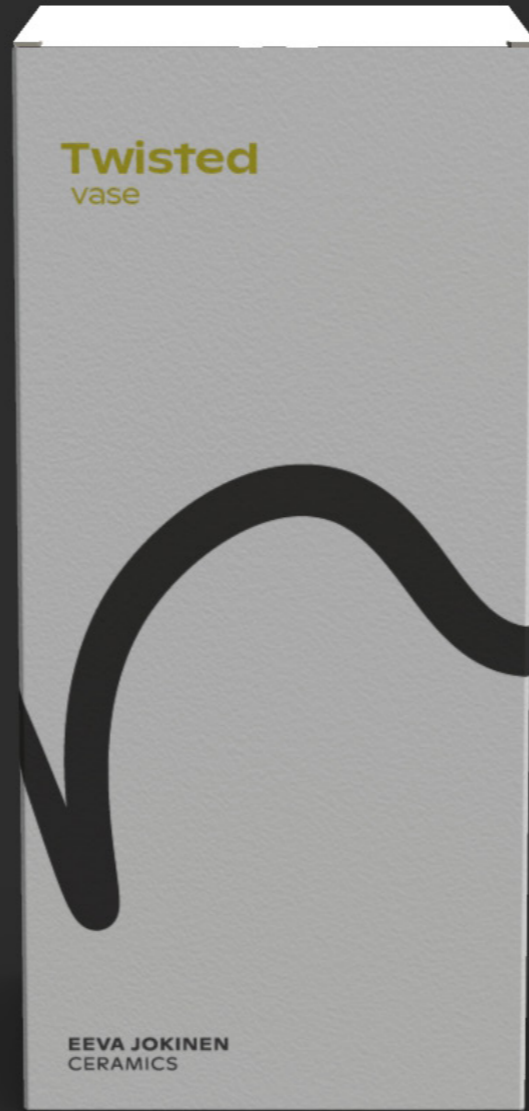
C 0 M 75 Y 20 K 0  
R 250 G 100 B 150

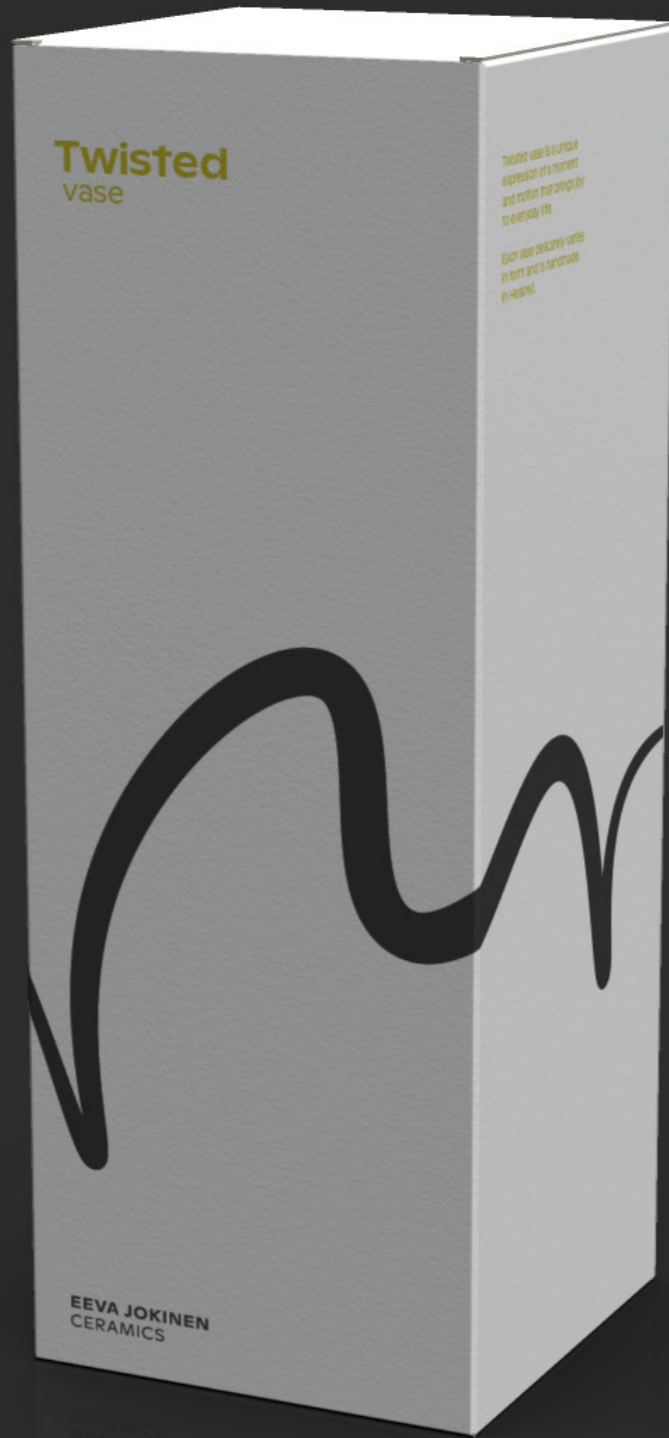


C 70 M 80 Y 10 K 0  
R 100 G 70 B 155

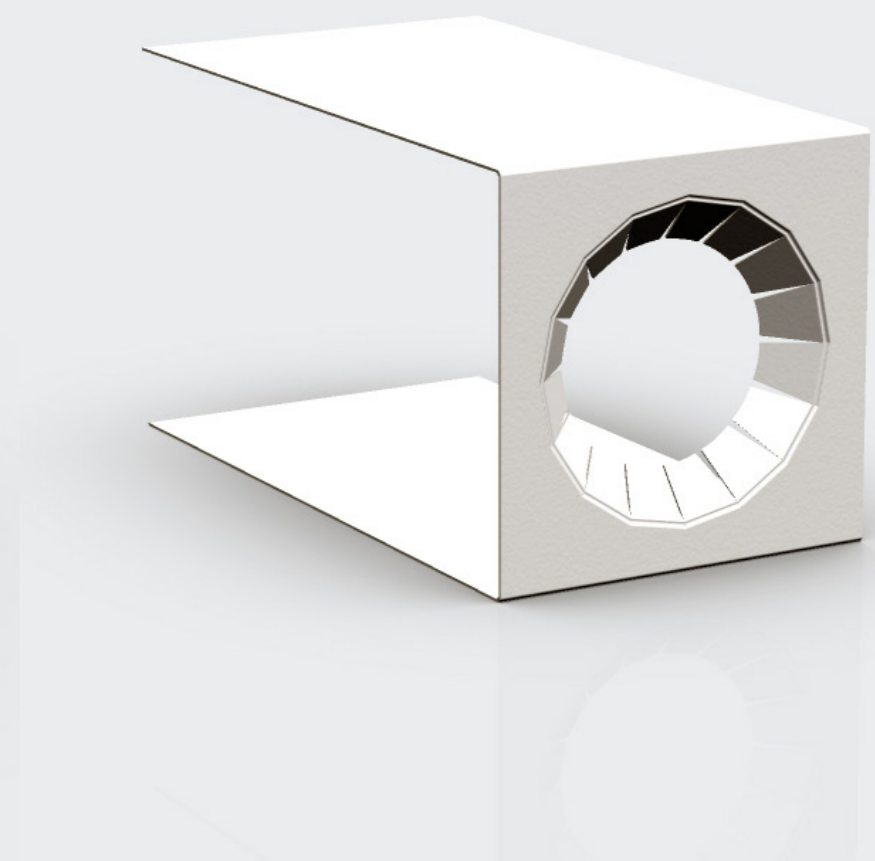
6.

Lopputuote









7.

# Arviointi

7.1 Prosessi ja tuotos  
7.2 Jatkokehitys

# 7.1 Prosessi ja tuotos

Tavoitteeni opinnäytetyöni puitteissa oli luoda pakkauskonsepti, joka vahvistaa ja ilmentää asiakkaan brändiä ja lisää myytävän tuotteen arvoa ja menekkiä.

Koen, että onnistuin löytämään konseptitasolla kehityskelpoisen suunnan ja poimimaan asiakkaan toivomia elementtejä hänen brändinrakenneksensa tueksi. Konseptin visuaalisessa ilmeessä pääarvo on tuotteella ja sen muotokielellä.

Pakkauksen vaikutusta myyntiin ei voida konseptitasolla arvioida, mutta uskon, että ratkaisu toisi lisäarvoa tuotteelle myymäläympäristössä sen viestiessä maljakon ja tekijän tarinaa. Myyntipakkaus loisi myös paremmat edellytykset lähestyä isompia jälleenmyyjiä.

Suunnitteluprosessi eteni tavalla, jolla olen tottunut työskentelmään: alkukartoituksesta ideointiin ja luonnosteluun ja sitä kautta valmiimpien konseptien jatkotyöstöön.

Sain Jokiselta myös erittäin ammattitaitoista ja selkeää palautetta läpi prosessin, mikä oli positiivista ja haastavaa. Erityisen haasteellista oli löytää ratkaisu pakkauksen ulkoasuun, sillä haettu visuaalinen maailma ei ollut itselleni kovinkaan tuttu tai turvallinen.

Työ haastoi kokeilemaan muun muassa erilaisia kuvittamisen tekniikoita. Lisäksi opin prosessin aikana käyttämään itselleni uutta 3D-mallintamisen työkalua Esko Studiota.

Opinnäytteeni valmis tuotos kuitenkin vaatii jatkotyöstöä ja tarkempaa määrittelyä ennen kuin se voidaan siirtää tuotantoon. Esimerkiksi tarkka pakkaurakenteen prototypointi ja materiaalivalinta jäivät määrittelemättä pakkauksen toteuttavan tahon ollessa vielä etsinnässä.

Lisäksi visuaalinen ilme kaipaa vielä pohdintaa yhdessä asiakkaan kanssa. Suunta on kuitenkin oikea, ja toivon, että konsepti muuttuu konkreettiseksi pakkaukseksi tulevaisuudessa.



## 7.2 Jatkokehitys

Pakkauskonseptin jatkotyöstö jatkuu Jokisen kanssa. Tavoitteena on saada pakkauksen rakenne testattua, sekä löytää sopiva valmistaja. Kun se löytyy ja määrittelemme käytettävät pakkausmateriaalit, hiomme myös visuaalisen ilmeen valmiiksi.

Tulevaisuudessa ensimmäisen toteutuneen tuotepakkauksen jälkeen uutta visuaalista suuntaa olisi mahdollista jalkauttaa myös muihin sovelluksiin, kuten Jokisen verkkosivuille tai uusiin tuotepakkauksiin.

8.

Lähteet

# 8. Lähteet

## Kirjalliset lähteet

**DuPuis, S. & Silva, J.** 2008.

Package Design Workbook: The Art and Science of Successful Packaging. USA: Rockport Publishers Inc.

**Järvi-Kääriäinen, T. & Ollila, M.** 2007.

Toimiva pakkaus. Helsinki: Hakapaino Oy

## Elektroniset lähteet

**Joutsela, M.** 2008.

Pakkaus mielikuvamediana – Kahvipaketti tutkimuskohteena. Lapin yliopisto, taiteiden tiedekunta. Pro gradu -tutkielma [viitattu 8.12.2019]. Saatavilla: [https://lauda.ulapland.fi/bitstream/handle/10024/60494/Joutsela\\_gradu\\_web.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://lauda.ulapland.fi/bitstream/handle/10024/60494/Joutsela_gradu_web.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

## Kuvalähteet

**Kuva 1:** Twisted-maljakot, Eeva Jokinen 2019

**Kuvat 2–3:** Riisiposliiniastiasto, Eeva Jokinen [Viitattu 9.12.2019] Saatavissa: [www.eevajokinen.com](http://www.eevajokinen.com)

**Kuvat 4–5:** Twisted-mallisto, Eeva Jokinen [Viitattu 9.12.2019] Saatavissa: [www.eevajokinen.com](http://www.eevajokinen.com)

**Kuva 6:** [Viitattu 10.11.2019] Saatavissa: <https://fi.pinterest.com/pin/317926054946504330/>

**Kuva 7:** [Viitattu 10.11.2019] Saatavissa: <https://fi.pinterest.com/pin/317926054946520472/>

**Kuva 8:** [Viitattu 10.11.2019] Saatavissa: <https://fi.pinterest.com/pin/317926054946504413/>

**Kuva 9:** [Viitattu 10.11.2019] Saatavissa: <https://fi.pinterest.com/pin/317926054946523146/>

**Kuva 10:** [Viitattu 10.11.2019] Saatavissa: <https://fi.pinterest.com/pin/317926054946504403/>

**Kuva 11:** [Viitattu 10.11.2019] Saatavissa: <https://www.ycn.org/news/1837-a-monochrome-design-for-mast-brothers>

**Kuva 12:** [Viitattu 10.11.2019] Saatavissa: <https://fi.pinterest.com/pin/317926054946516680/>

**Kuva 13:** [Viitattu 10.11.2019] Saatavissa: <https://fi.pinterest.com/pin/317926054946520463/>

**Kuva 14:** [Viitattu 10.11.2019] Saatavissa: <https://fi.pinterest.com/pin/317926054946516673/>

**Kuva 15:** [Viitattu 10.11.2019] Saatavissa: <https://fi.pinterest.com/pin/317926054946504374/>

**Kuva 16:** [Viitattu 10.11.2019] Saatavissa: <https://fi.pinterest.com/pin/317926054946504312/>

**Kuva 17:** [Viitattu 10.11.2019] Saatavissa: <https://fi.pinterest.com/pin/317926054946504109/>

**Kuva 18:** [Viitattu 10.11.2019] Saatavissa: <https://fi.pinterest.com/pin/317926054946516637/>

**Kuva 19:** [Viitattu 10.11.2019] Saatavissa: <https://fi.pinterest.com/pin/317926054946516676/>

**Kuva 20:** [Viitattu 10.11.2019] Saatavissa: <https://fi.pinterest.com/pin/317926054946504309/>

