

KYMENLAAKSON AMMATTIKORKEAKOULU

Muotoilun koulutusohjelma / Tuotemuotoilu ja -viestintä

Heidi Leskinen

STUDIO DANCE PITIN JULISTEIDEN GRAAFISEN ILMEEN YHTENÄISTÄ-
MINEN

Opinnäytetyö 2013

TIIVISTELMÄ

KYMENLAAKSON AMMATTIKORKEAKOULU

Tuotemuotoilu

LESKINEN, HEIDI	Studio Dance Pitin julisteiden graafisen ilmeen yhtenäistäminen
Opinnäytetyö	40 sivua + 19 liitesivua
Työn ohjaaja	Lehtori Heli Juvonen
Toimeksiantaja	Studio Dance Pit
Huhtikuu 2013	
Avainsanat	juliste, graafinen, imago, brandi, yrityskuva

Tämän opinnäytetyön tavoitteena oli suunnitella neljä eri tanssilajin mainosjulistetta kouvolaalaiselle tanssistudiolle Studio Dance Pitille. Työn tavoitteena oli yhtenäistää yrityksen hajanainen julisteiden ilme uudella yrityksen elementtejä toistavalla ilmeellä. Tutkimuksen lähtökohtina olivat design management ja Studio Dance Pitin asiakkaiden toiveet julisteiden ilmeestä, joten opinnäytetyössä oli tärkeää tutkia millainen graafinen ilme yrityksen asiakkaita kiinnostaa ja millainen ilme yhtenäistää yrityksen julisteiden ilmeen.

Tämä opinnäytetyö on produktiivinen ja työn tutkimusmenetelminä käytettiin kyselyä ja haastattelua. Työssä tehtiin kysely Studio Dance Pitin asiakkaille, jossa kartoitettiin heidän mielipiteensä yrityksen graafisesta ilmeestä ja millainen julisteiden ilme heitä kiinnostaa. Työssä haastateltiin yrityksen asiakkaita ja yrityksen omistajaa. Työssä käytettiin tiedonkeruumenetelminä myös kirjallisuutta ja asiantuntijalähteitä. Tutkimustulosten pohjalta yritykselle suunniteltiin raikkaat ja värikkäät julisteet, jotka noudattavat myös yrityksen muuta graafista ilmettä.

Yhtenäisellä yritysilmellä on suuri merkitys yrityksen menestystekijänä. Yhtenäisen ilmeen tulee olla johdonmukainen kaikessa graafisessa materiaalissa, jotta yritys on helppo tunnistaa. Yhtenäisen graafisen ilmeen vuoksi se on myös mieleenpainuva.

ABSTRACT

KYMENLAAKSON AMMATTIKORKEAKOULU

University of Applied Sciences

Design

LESKINEN, HEIDI

Studio Dance Pit Poster's New Graphical Design

Bachelor's Thesis

40 pages + 19 pages of appendices

Supervisor

Heli Juvonen, lecturer

Commissioned by

Studio Dance Pit

April 2013

Keywords

poster, graphic, image, brand, company image

The main goal of this thesis was to design four different dance posters to a dance studio situated in Kouvola. The dance studio is called Studio Dance Pit. The goal of this thesis was to unify the scattered look of Studio Dance Pit's posters, and create a new look which repeats the company's graphic elements. The primary purpose of this study were design management and the wishes of the company's customers for the new look. Therefore, it was important to study what kind of graphic look interests the customers and what kind of look would unify the company's posters.

This thesis is productive and the background research included a survey and interviews. The survey was conducted to the customers of Studio Dance Pit which mapped out their opinion of the company's graphic look and of the look that would interest them. The company owner and its customers were interviewed. In this thesis literature and expert sources were also used as knowledge collecting methods.

Based on the research information, fresh and colorful posters were designed. The new posters also follow the company's graphic look elsewhere.

A unified corporate visual identity is important for a company as being a success factor. A unified look should be consistent in all graphic material, hence the company is thus easy to recognize. A uniform graphic identity makes a company memorable for customers.

SISÄLLYS

KÄSITTEET

1	JOHDANTO	7
2	TAVOITTEET JA ASIAKAS	8
	2.1 Asiakas ja yritys	9
	2.2 Asiakaskunta ja kohderyhmä	9
	2.3 Kilpailijat Kouvolassa	10
3	TIEDONHANKINTA	10
	3.1 Tutkimuskysymykset	10
	3.2 Käsitekartta	11
	3.3 Viitekehys	11
	3.4 Graafisen suunnittelun lähtökohdat	12
4	TUTKIMUS JA TUTKIMUSTULOKSET	12
	4.1 Design management	13
	4.2 Kysely	14
	4.3 Haastattelu	17
5	SUUNNITTELUPROSESSI	19
	5.1 Lähtökohta	21
	5.2 Asiakkaan toiveet	24
	5.3 Luonnostelu	25
	5.4 Asiakkaalle esitetyt vaihtoehdot	28
6	JULISTEIDEN UUSI ILME	30
	6.1 Nykytanssi	32
	6.2 Showjazz	33
	6.3 Musiikkiteatteri	34
	6.4 Mtv Street- tanssi	35
7	POHDINTA	36
	LÄHTEET	37

LIITTEET

Liite 1 Riikka-Liisa Kuopan haastattelupohja

Liite 2 Studio Dance Pitin asiakkaiden kyselypohja

Liite 3 Studio Dance Pitin asiakkaiden haastattelupohja

Liite 4 Studio Dance Pitin graafinen ohjeisto

Liite 5 Ote Studio Dance Pitin Internet-sivuilta

KÄSITTEET

Brandi

Positiivinen maine, mikä on muodostunut yrityksen ympärille. Brandi edistää tavaramerkin tunnettuutta ja muodostaa siitä tunnetun tuomalla sille lisäarvoa.

Imago

Mielikuva yrityksestä, jonka yritys herättää sitä ajattelevan henkilön mielessä. Asiakkaat muodostavat yrityksen imagon.

Kohderyhmä

Koostuu ihmisistä, joita yhdistää jokin yhteinen tekijä. Kohderyhmä määritellään ennen suunnittelua, jotta tiedetään kenelle suunnitellaan ja mitkä ovat kyseisen kohderyhmän tarpeet.

Yrityskuva

Mielikuva, joka yrityksestä muodostuu. Yrityskuva muodostuu yrityksen toiminnasta.

1 JOHDANTO

Opinnäytetyöni tavoitteena oli suunnitella kouvoolalaiselle vuonna 2010 perustetulle tanssistudio Studio Dance Pitille neljä eri julistetta, joiden aiheena oli nykytanssi, mtv/street tanssi ja showjazz tanssi sekä musiikkiteatteri, joka sisältää laulua, esiintymistä ja tanssia. Suunnittelin Studio Dance Pitille myös neljän eri dvd:n ilmeen, mutta niitä ei tulla esittelemään tässä työssä. Työn tavoitteena oli yhtenäistää sekä selkeyttää Studio Dance Pitin hajanaista graafista ilmettä ja tuoda suunnittelun avulla yritykselle lisää tunnettuutta ja tunnistettavuutta.

Opinnäytetyön pääkysymyksenä on ollut: Millainen graafinen ilme yhdistäisi tanssistudion jo olemassa olevan graafisen ilmeen? Ja alakysymyksenä oli: Millainen juliste kiinnittää Studio Dance Pitin asiakkaiden huomion?

Työni on produktiivinen ja aiheeni tueksi käytin kirjallisuutta, asiantuntijatietaoa, kyselyä ja haastatteluja. Työssäni olen etsinyt tietoa brandeista, design managementista, yhtenäisestä yrityskuvasta ja hankkinut kyselyn sekä haastattelujen avulla tietoa Studio Dance Pitistä ja sen omistajasta Riikka-Liisa Kuopasta sekä selvittänyt, millainen julisteiden graafinen ilme kiinnostaa Studio Dance Pitin asiakkaita. Näiden tutkimusmetodien avulla määritin myös Studio Dance Pitin kohderyhmän sekä, millainen julisteiden ilme kiinnostaa kohderyhmää.

Tutkimustuloksissa selvisi, että Studio Dance Pitin asiakkaat pitävät värikkäistä, raikkaista ja selkeistä julisteista. Kuopan mielestä julisteiden tuli olla iloisia sekä raikkaita ja niiden täytyi olla laadukkaita.

Julisteiden suunnittelussa keskeisenä seikkana pidin samanlaisten elementtien toistamisen, jotta julisteiden uusi ilme yhdistyy niiden aiempaan ilmeeseen ja Studio Dance Pitin aiempaan graafiseen materiaaliin kuten Internet-sivuihin. Suunnittelutyössä tärkeää oli myös ottaa huomioon kyselyssä ja haastattelussa saadut vastaukset. Tutkimustulosten pohjalta suunnittelin Studio Dance Pitille uudet julisteet, joiden ilme on värikäs, ilmava ja raikas.

2 TAVOITTEET JA ASIAKAS

Opinnäytetyöni aiheeksi valikoitui graafinen ilme, koska se kiinnostaa minua ja yrityksellä oli tarve saada uutta ja yhtenäisempää materiaalia. Halusin myös vielä kehittyä graafisessa suunnittelussa ja oppia käyttämään paremmin graafisessa suunnittelussa käytettäviä tietokoneohjelmia. Opinnäytetyönä suunnittelin kouvolaalaiselle tanssi-studio Studio Dance Pitille neljä eri julistetta, jotka edustavat neljää eri tanssilajia: nykytanssia, show jazzia, mtv/ street tanssia ja musiikkiteatteria. Julisteiden ilmeen tuli olla samantyylinen kuin se on nytkin ollut, vaalea ja positiivinen. Tässä opinnäytetyössä ilmettä oli tarkoitus yhtenäistää ja selkeyttää. Julisteet ovat yleismainoksia tanssilajeista.

Asiakkaani Riikka-Liisa Kuopan mukaan nykytanssi on luonnollista, se ei ole sidottu mihinkään tyyliisuuntaan, se on voimakasta ja herkkää, taiteellista ja tunteikasta. Show jazz pohjautuu aina johonkin tarinaan esimerkiksi musikaaliin, se on temallista, diivailevaa, naisellista, kissamaista, virtaviivaista ja terävää. Mtv/ street- tanssi on nykyaikaista, tanssin musiikki on tätä päivää ja tanssi on musiikkivideoamaista. Musiikkiteatteri on esiintymistä, laulua ja tanssia, siinä yritetään saada nuoria uskaltautumaan esille, se on vahvasti sidoksissa tunnelmaan. (Kuoppa 22.2.2013.)

Työn suurin haaste oli saada julisteista yhtenäisen näköisiä, koska kaikki neljä tanssia ovat erilaisia ja niiden tunnelma on erilainen. Lisäksi suunnittelussa tuli ottaa huomioon yrityksen aiempi graafinen materiaali. Myös julisteissa käytettävillä kuvilla oli suuri merkitys työssä. Kuvan tulisi selventää ja selittää asioita, joita julisteessa käsitellään sekä sen tulisi olla vaikuttava, jotta se kiinnittää katsojan huomion.

Lehtosen mukaan kuva puhuttelee ihmisiä eri tavalla kuin teksti, koska olemme oppineet näkemään ennen kuin olemme oppineet puhumaan. Kuva voi tällöin vedota suoraan katsojaan alitajuisesti. Mainoskuvan tarkoitus onkin pyrkiä herättämään mielihaluja ja kytkemään ne kuluttamiseen. Mainoskuva onkin osaltaan mielikuva, joka tulee ihmisen omista kokemuksista ja havainnoista. (Lehtonen 1991, 143–145.) Loirin ja Juholinin mukaan kuitenkin parhaiten viesti painotuotteissa saadaan perille tekstin ja kuvan yhteisvaikutuksena. Tällöin kuva selittää tekstiä ja päinvastoin. (Loiri & Juholin 1998, 52–53.)

2.1 Asiakas ja yritys

Asiakkaana opinnäytetyössäni oli kouvolaalainen Riikka-Liisa Kuoppa, hänellä on tutkinto esittävästä tanssista ja hän on ammatiltaan tanssija. Haastattelin Kuoppaa liitteenä 1 olevan haastattelupohjan mukaan. Kuoppa omistaa kouvolaalaisen tanssistudion Studio Dance Pitin, joka tarjoaa tanssin harrastajille monipuolisesti eri tanssilajeja. Studio Dance Pit on perustettu joulukuussa 2010. Tällä hetkellä tanssistudiolla on kolme vakituista työntekijää Kuopan lisäksi, sekä välillä vierailevia opettajia.

Tanssistudiolla on mahdollista harrastaa nykytanssia, showjazzia, mtv/ street- tanssia, musiikkiteatteria, aikuisbalettia, lastentanssia ja zumbaa. Studio Dance Pit ei tarjoa tanssin ammattiopintoja. Opetusryhmiä on eri-ikäisille ja eritasoisille tanssin harrastajille. Tanssistudio pyrkii tarjoamaan jokaiselle jotakin, niin haasteita kuin alkeitakin. Studio Dance Pitillä ei ole omia tanssitiloja, yritys vuokraa tilat tunneittain yksityisiltä yrittäjiltä ja Kouvolan kaupungilta.

Yritys markkinoi itseään omilla Internet-sivuillaan, Facebookissa, julisteilla, flyereillä, erilaisilla tapahtumilla, flash mobeilla eli yllättävillä esiintymisillä, messuilla. Lisäksi Kuoppa pitää yrityksestään esittelyjä pyydettyäessä. Kuoppa kokee tärkeimmiksi markkinointitavoiksi erilaiset tapahtumat ja Facebookin, mikä on tärkeä markkinointipaikka ajatellen yrityksen kohderyhmää teini-ikäisiä ja peruskoululaisia. Yrityksen julistemainontaa on kouluilla ympäri Kouvolaan sekä Valkealan ja Kuusankosken kouluilla, urheiluhalleilla, liikuntahalleilla sekä joissakin liikkeissä ja kahviloissa.

Tulevaisuudessa Kuoppa haluaisi, että tanssistudiolla olisi omat tilat, joissa julisteet olisivat esillä. Hän myös toivoo saavansa yhteistyökumppaneita, kuten Kouvolan kaupungin. Hän toivoo, että tulevaisuudessa julisteet ja esitteet olisivat esillä myös yhteistyökumppaneiden tiloissa. Tulevaisuudessa Kuoppa toivoo yrityksensä kasvavan, haluaa lisää työntekijöitä, jotta hänelle jää aikaa projekteihin ja markkinointiin. Kuoppa uskoo, että Internet on myös tulevaisuudessa tärkeä markkinointipaikka yritykselle.

(Kuoppa 22.2.2013.)

2.2 Asiakaskunta ja kohderyhmä

Säännöllisesti Studio Dance Pitin tunneilla käy tällä hetkellä noin 220 asiakasta, joista vain kolme on miehiä. Suurin osa oppilaista on 14–20-vuotiaita, mutta asiakkaana on

eri-ikäisiä neljästä vuodesta 50 vuoteen. Yrityksen pääsääntöinen kohderyhmä ovat teini-ikäiset ja peruskoululaiset. Kohderyhmää kuitenkin pyritään laajentamaan tulevaisuudessa toiminnan kasvaessa. Kuopan mukaan Studio Dance Pitin tyyli sopii paremmin naisille, mutta esimerkiksi nykytanssi ja mtv street- tanssi eivät ole sukupuoliriippuvaisia lajeja. (Kuoppa 22.2.2013.)

2.3 Kilpailijat Kouvolassa

Yrityksellä on monta kilpailijaa, jotka tarjoavat tanssitunteja, kuten Kouvolan tanssikoulu, erilaiset liikuntakeskukset, Kansalaisopisto, jossa on balettitunteja sekä tammi-kuussa 2013 avattu liikunta ja tanssistudio Move Up. Muita kilpailijoita ovat Kouvolan Balettikoulu, Satubaletti Pikkuballeriina, joka on suunnattu 3-7-vuotiaille, ja Tempo, joka on naisvoimistelijoiden liikuntaryhmä. Kuopan mukaan kilpailu Kouvolassa uusille tanssiyrityksille on kovaa. Tällä hetkellä kaikki tanssitunteja tarjoavat yritykset kuitenkin tarjoavat kukin vähän erityyppisiä tanssilajeja. (Kuoppa 22.2.2013.) Kouvolassa pelkkiä tanssistudioita ei ole montaa, niinpä Kuopalla on hyvä mahdollisuus saada hyvän erottuvuuden ja erilaisuuden ansiosta uusia asiakkaita, jotka ovat kiinnostuneita pelkästään tanssin harrastamisesta.

3 TIEDONHANKINTA

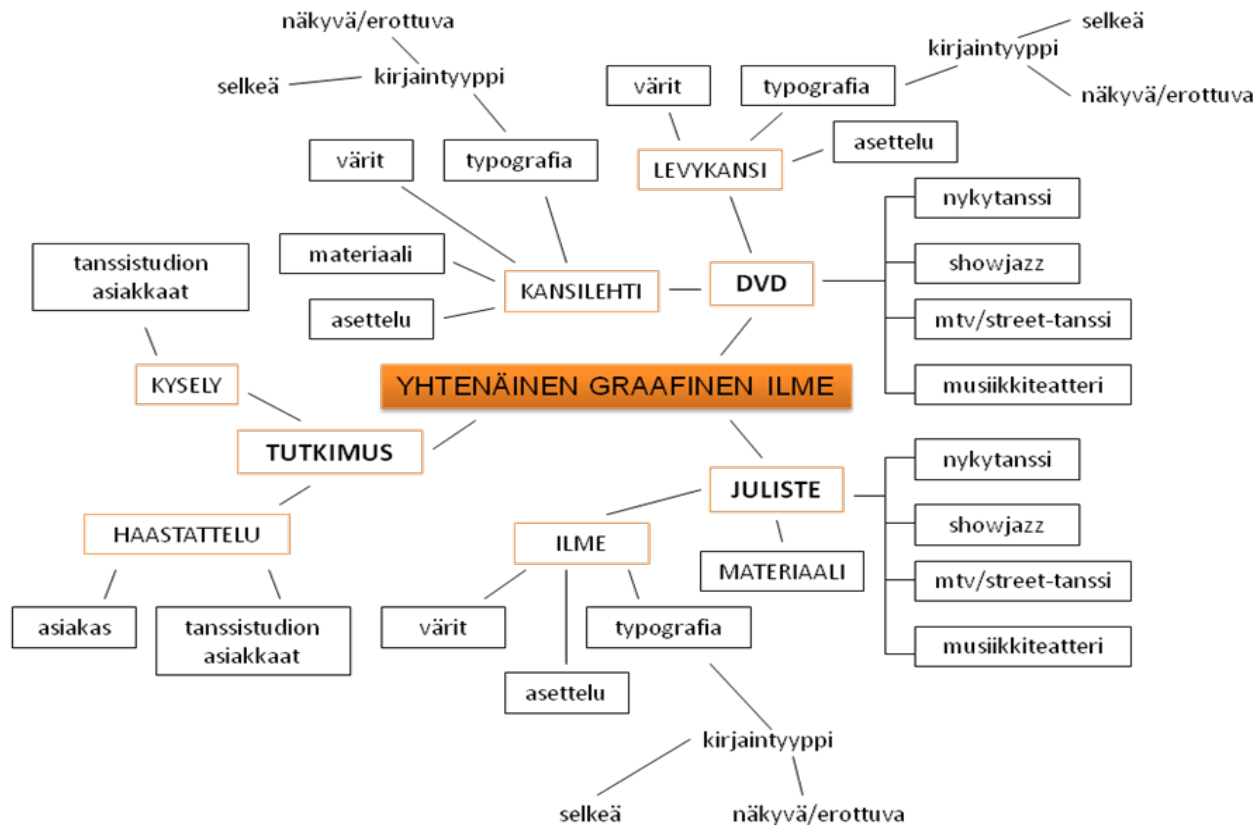
Opinnäytetyötäni varten hankin tietoa tekemällä kyselyn ja haastattelemalla Kuoppaa ja hänen asiakkaitaan. Hankin tietoa myös aiheeseen liittyvästä kirjallisuudesta, asiantuntijalähteistä sekä katsoin Internetistä aiheeseen liittyviä tanssivideoita ja tarkastelin Studio Dance Pitin Internet-sivuja.

3.1 Tutkimuskysymykset

Tutkimuskysymyksillä kartoitin, millainen graafinen ilme kiinnostaa Studio Dance Pitin asiakkaita ja kohderyhmää. Opinnäytetyöni pääkysymys oli: Millainen graafinen ilme yhdistäisi tanssistudion jo olemassa olevan graafisen ilmeen? Alakysymys oli: Millainen juliste kiinnittää Studio Dance Pitin asiakkaiden huomion?

3.2 Käsitekartta

Kuvassa 1 olevassa käsitekartassa pääkäsitteitä ovat tutkimus sekä julisteiden- ja dvd:n ilmeet. Tutkimus toteutettiin Kuopan ja hänen asiakkaiden haastattelulla sekä kyselyllä, joiden avulla yritin selvittää, millainen graafinen ilme tavoittaa oikean asiakaskunnan. Julisteet ja dvd:t tehtiin nykytanssille, showjazz-tanssille, mtv/street-tanssille ja musiikkiteatterille, joka on yhdistelmä tanssia, teatteria ja esiintymistä.



Kuva 1. Käsitekartta (Leskinen 2013)

3.3 Viitekehys

Kuvassa 2 oleva viitekehys kuvaa opinnäytetyön keskeisintä käsitettä eli tanssistudioita ja siihen liittyviä pääkäsitteitä, jotka muodostavat tanssistudion. Viitekehysten keskellä on keskeisin käsite eli tanssistudio, johon vaikuttavat keskimmaisella renkaalla olevat käsitteet. Näiden kaikkien käsitteiden perimmäinen tarkoitus on hyvinvointi, joka vaikuttaa näihin kaikkiin käsitteisiin ja niiden tarkoitukseen sekä toimintaan.



Kuva 2. Viitekehys (Leskinen 2013)

3.4 Graafisen suunnittelun lähtökohdat

Opinnäytetyöni tutkimusvaiheessa etsin tietoa julisteiden ja typografian graafisista säännöistä monista eri lähteistä. Sain asiantuntijätietoa kirjallisista lähteistä ja alan asiantuntijoilta. Julisteiden graafisen suunnittelun tietoa täytyi etsiä monista eri lähteistä, koska yhtä lähdettä aiheesta ei ollut. Niinpä yhdistelin työhöni alan tietoa eri kirjallisuus- ja asiantuntijalähteistä.

4 TUTKIMUS JA TUTKIMUSTULOKSET

Tutkimusmetodeina työssäni käytin kyselyä ja lomakehaastattelua, lisäksi etsin tietoa design managementista, koska se on myös yksi keskeinen tutkimuskohde työssäni. Design management oli yksi työni lähtökohta ja se oli myös suunnittelutyön keskeinen ajatus. Sen pohjalta etsin asiantuntijätietoa opinnäytetyötäni varten.

Kysely toteutettiin metodeista ensimmäisenä. Kyselyllä kartoitettiin Studio Dance Pitiin asiakaskuntaa, tietoa tanssilajeista ja yrityksen näkyvyydestä. Kyselyyn vastanneilta myös kysyttiin halukkuutta osallistua haastatteluun, jolla kartoitettiin enemmän asiakkaiden mielipiteitä ja mieltymystä julisteista. Tiedon keräämisen lisäksi kyselyllä haluttiin selvittää myös, ketkä kyselyyn vastanneista olisivat kiinnostuneita osallistumaan haastatteluun.

Valitsin haastattelun yhdeksi tutkimusmetodiksi, koska sen avulla ollaan suorassa vuorovaikutuksessa haastateltavaan ja sillä saadaan tietoa haastateltavan asenteista ja kokemuksista (Vuorela 2005, 37). Haastattelu tapahtui lomakehaastatteluna, jossa kysymykset oli ennalta määritetty eli siinä edettiin laadittujen kysymysten mukaisesti (Vuorela 2005, 39). Valitsin haastattelun myös siksi, koska se on helppo ja nopea toteuttaa sekä sillä sai nopeasti työssä tarvittavia tietoja.

Toteutin myös Kuopalle lomakehaastattelun, jonka tarkoituksena oli selvittää yrityksen taustatiedot, hänen mielipiteensä yrityksen graafisesta ilmeestä ja tulevaisuuden suunnitelmista, koskien Studio Dance Pitiä.

Näistä tutkimusmetodeista oli minulle opinnäytetyössäni paljon apua ja hyötyä, koska en ole aiemmin tutustunut tanssimaailmaan ja tanssia harrastaviin ihmisiin. Tutkimusmetodien avulla sain selville, millainen julisteiden ilme kiinnostaa tanssistudion kohderyhmää.

4.1 Design management

Nyky-yhteiskunnassa yrityksen menestys on sidoksissa sen julkiseen kuvaan, sidosryhmien asenteisiin, asiakkaiden käyttäytymiseen ja yrityksen omaksumaan tyyliin. Erottuva yritysimage yhdistetään kykyyn muodostaa ehyt kokonaisuus tietyistä yrityksen toimintatavoista ja periaatteista, millä saavutetaan johdonmukainen ja ehyt yrityskuva. (Pitkänen 2001, 102.)

Design management on sidoksissa yrityksen ilmeen yhtenäistämiseen ja yhtenäisempään kuvaan, jota tässä työssä luodaan asiakasyritykselle. Niinpä design management on tämän työn yksi keskeisistä käsitteistä. Jaskarin mukaan design management on yrityskuvan suunnittelua ja johtamista. Design managementin tavoite on yhtenäinen ja hallittu yrityskuva, joka voidaan liittää osaksi yrityksen kehittämisstrategiaa. Design

managementin eri osa-alueet ovat tuote/palvelu, viestintä, toimintaympäristö ja käyttäytyminen. (Jaskari 2004, 9.) Tässä opinnäytetyössä keskityin design managementin yhteen aihealueeseen eli tuotteeseen/ palveluun.

Design management pyrkii rakentamaan yritykselle vahvan brandin ja imagon neljällä eri osa-alueella. Se pyrkii myös ylläpitämään näitä käsitteitä, niinpä brandin visuaalinen ilme on keskeisessä asemassa design managementissa. Tuote on tärkein väline asiakkaan ja yrityksen välisessä kanssakäymisessä. Tuote toimii yrityksen esikuvana ja niinpä se muokkaa käyttäjän ajatuksia yrityksestä ja sen edustamasta brandista. (Jaskari 2004, 70) Siispä julisteiden on edustettava tanssistudion brandia ja vastattava asiakkaiden luomaan imagoon yrityksestä. Von Hertenin mukaan useasti yritys ja sen tuotteet muodostavat yhtenäisen brandin, jossa hyvä yrityskuva näkyy tuotteissa ja nämä hyvät sekä tunnetut tuotteet yhdistetään yrityskuvaan (von Herten 2006, 18).

Design management pyrkii luomaan yritykselle yhtenäisen yrityskuvan, mikä pystytään luomaan siten, että samoja visuaalisia elementtejä käytetään kaikissa yrityksen käyttämissä graafisissa materiaaleissa, elementtien toistaminen lisää yrityksen tunnettavuutta ja tunnistettavuutta. Pohjolan mukaan eri kohtaamisissa pitäisi myös toistaa samansuuntaisia ja yhtenäistä mielikuvaa luovia viestejä (Pohjola 2003, 13). Niinpä yhtenäisen yrityskuvan tulee näkyä myös esimerkiksi henkilökunnan käyttäytymisessäkin, jotta yrityksestä muodostuu luotettava ja yhtenäinen kuva.

Onnistunut ja hallittu design management selkeyttää yrityksen viestintää, yritys erottuu kilpailijoistaan, sen brandi vahvistuu, yrityksen positiivinen laatumielikuva vahvistuu, sen markkinointikustannukset alenevat, yrityksen kannattavuus ja arvostus kohenee (Pitkänen 2001, 103).

4.2 Kysely

Liitteenä 2 oleva kysely toteutettiin Kuopan tanssituntikävijöille ennen show jazz -tanssituntia. Kyselyyn vastaamiseen meni noin 10–15 minuuttia. Kyselyyn osallistui 20 henkilöä, joista kaikki olivat naisia. Kysely oli paperilomake ja se oli jaettu neljään eri osaan: taustatietoihin, Studio Dance Pitiin, tanssilajiin ja julisteeseen, joissa kaikissa oli omat kysymyksensä. Tällä jaottelulla kyselystä tuli selkeä ja sitä oli helpompi analysoida jälkeenpäin. Suurin osa kyselyn kysymyksistä oli avoimia, koska halusin,

että vastaajat sanovat oman mielipiteensä, eivätkä kysymyksissä käytetyt sanat johdattelisi tai antaisi liikaa valmiita mielikuvia vastaajille.

Kyselyn vastaajien mukaan heistä seitsemän oli alle 18-vuotias, 12 oli 18–29-vuotiaita ja yksi 30–42-vuotias (Kysely 6.2.2013). Kuva 3 kuvaa kyselyyn vastaajien ikäkauman.



Kuva 3. Kyselyyn vastanneiden ikäjakauma (Leskinen 2013)

Suurin osa vastaajista oli opiskelijoita, mutta vastaajissa oli myös ammatiltaan ostaja, tutkija, terveydenhoitaja, teatteri-ilmaisunohjaaja ja visualisti/ myyjä. Monet vastaajista olivat harrastaneet tanssia jo pitkään ennen kuin olivat osallistuneet Studio Dance Pitin tanssitunneille. Monet vastaajista olivat myös harrastaneet aikaisemmin monia eri lajeja, kuten yleisurheilua, melontaa, kickboxingia, tennistä, jalkapalloa, sirkuskouluja, ratsastusta ja jumppaa. Tästä voidaan päätellä, että tanssi lajina kiinnostaa monia erilaisia liikuntalajeja harrastavia ihmisiä. Eli mielenkiinto tanssiin ei ole sidoksissa siihen, mitä on harrastanut aiemmin ja niinpä tanssi lajina kiinnostaa monenlaisia ihmisiä.

Moni vastaajista harrastaa show jazzin lisäksi muitakin tanssilajeja, kuten nykytanssia, mtv/street- tanssia, balettia, zumbaa ja hip hoppia. Vastaajista nykytanssia harrastaa kymmenen henkilöä, mtv/ street- tanssia harrastaa myös kymmenen henkilöä sekä balettia, zumbaa ja hip hoppia harrastaa vastaajista kutakin yksi henkilö. Useampaa lajia harrastavat vastaajat jakautuivat tasaisesti alle 18-vuotiaissa ja 18–29-vuotiaissa.

Studio Dance Pitin asiakkaat olivat tyytyväisiä tanssistudion tuntitarjontaan. Muutamilla vastaajista oli yksittäisiä tanssilajitoiveita tunneille, he toivoivat nykyisten tanssilajien lisäksi tuolitanssia, paritansseja erityisesti lattareita, voguea ja yksi vastaajista myös toivoi enemmän tasoryhmiä tunneille. Vastaajat harrastavat tanssia, koska tanssiminen on heistä hauskaa, hyvää treeniä, iloista ja reipasta, tanssissa pääsee opettelemaan kehonhallintaa, siinä oppii paljon uutta sekä siinä pystyy kehittymään.

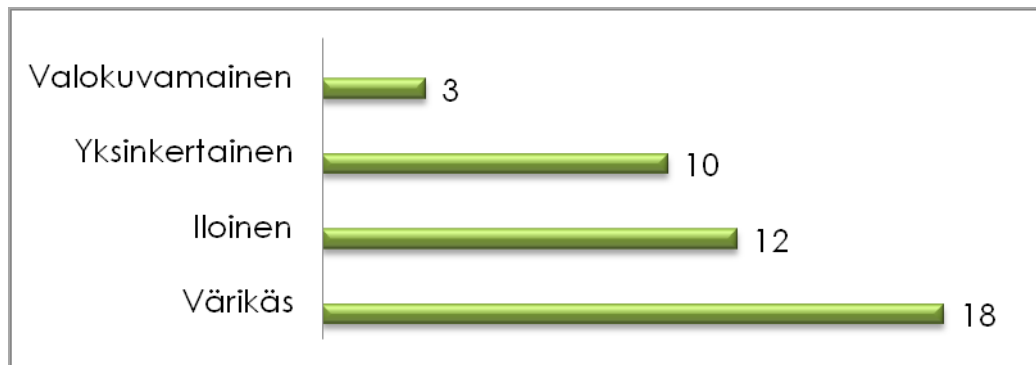
Suurin osa vastaajista oli saanut tietää Studio Dance Pitistä tutultaan, toiseksi eniten vastaajista oli saanut tietää tanssistudiosta Internetistä tai Facebookista, muutamat vastaajista olivat saaneet tietää tanssistudiosta lehdestä tai julisteesta. Kuitenkin suurin osa oli nähnyt Studio Dance Pitin mainosmateriaalia jossakin, esimerkiksi ilmoitustauluilla ja lehdissä. Luultavasti tanssistudion kohderyhmä kiinnittää ensimmäisenä huomiot Internet-mainontaan ja luottavat tuttuun kertomaan asioista. Niinpä paras markkinointipaikka yritykselle onkin Internet, koska siellä se saavuttaa nopeasti kohderyhmänsä.

Kaikki kyselyyn vastanneet olivat nähneet tanssistudion mainosmateriaalia ja siinä vastaajien huomion olivat kiinnittäneet värikkyyks, selkeys, raikkaus, tanssillisuus esimerkiksi tanssiva hahmo julisteessa. Näistä selvästi eniten mainittiin värikkyyks. Niinpä uusissakin julisteissa on säilytettävä värikäs ja selkeä ilme. Tätä tukevat myös vastaajien vastaukset siitä, että kysyttäessä heiltä, millä adjektiiveilla he kuvailisivat harrastamaansa tanssia, vastattiin hauska, kiva, iloinen, reipas, vauhdikas, mukaansatempaava, naisellinen, räväkkä, kaunis, innostava, vapauttava, luova ja tehokas.

Väreillä pystytään kuvaamaan eri tunnetiloja ja luomaan erilaisia mielikuvia sekä erot-tautuvuutta. Kuitenkin jokainen kokee värit eri tavalla, kuten Harald Arnkil kirjoittaa: ”Ympäristön värien mahdollisista vaikutuksista ihmisen käyttäytymiseen tai terveyteen on vaikea sanoa mitään lopullista. Toiset kokevat tummat sävyt masentavina, toisille ne tuovat turvallisuuden ja lämmön tunnetta. Joillekin kirkkaat värit ovat piristäviä ja toisille levottomia.” (Arnkil 2007, 239.)

Kuva 4 kuvaa kyselyyn vastaajien vastausjakauman kysyttäessä millainen julisteen ilme kiinnittäisi vastaajien huomion. Vastaajista 18 valitsi yhdeksi ominaisuudeksi värikäs. Ehdottamistani adjektiiveista monet valitsivat myös iloisen ja yksinkertaisen. Vaihtoehdon valokuvamainen valitsi kolme 18–29-vuotiasta ja alle 18-vuotiaista sitä ei valinnut kukaan. Alle 18-vuotiaat, eli pääkohderyhmä, valitsivat kaikki värikkään ja

iloisen sekä kolme heistä valitsi myös vaihtoehdon yksinkertainen. Kyselyn vastausten perusteella Studio Dance Pitin asiakkaat kiinnittävät huomiota iloisein ja värikkäisiin julisteisiin.



Kuva4. Vastausjakauma kysymykseen: Millainen julisteen ilme kiinnittäisi kyselyyn vastaajien huomion?(Leskinen 2013)

Yleisesti ottaen vastaajat olivat tyytyväisiä tanssistudion julisteiden ilmeeseen. Vastaukset olivat positiivisia. Julisteiden hyviksi puoliksi sanottiin värikkyyttä, kirkkautta, hienoja, näyttäviä siluettihahmoja, tanssijakuvia sekä että ne ovat mielenkiintoisia. 18–29-vuotiaat olivat tyytymättömämpiä julisteiden ilmeeseen. Joidenkin mielestä huonoa niissä oli epäselvyys, niissä oli liikaa kaikkea, tunnit sekä alkamis- ja loppumisajankohdat oli kirjoitettu liian pienellä kirjaimella, niitä pitäisi korostaa. Olen vastaajien kanssa samaa mieltä siitä, että jotkin Studio Dance Pitin julisteet ovat epäselviä ja niissä on liikaa visuaalisia elementtejä. Mielestäni juuri liiallisuus tekee julisteista epäselviä ja yksinkertaisemmalla ilmeellä julisteista tuli selkeämpiä. Mielestäni joistakin julisteista on myös vaikea ymmärtää mitä tapahtuu, milloin ja missä.

Kyselyyn vastaajista kaikki olivat osallistuneet tilaisuuksiin, joista Studio Dance Pitillä oli ollut mainosjuliste. Niinpä voidaan päätellä, että julisteet ovat olleet hyvin esillä ja että ne ovat vedonneet kohderyhmäänsä. Tätä vahvistaa myös se, että vastaajista 15 oli saanut tietoa tanssistudion tilaisuuksista julisteista. Vastaajista moni oli saanut tietoa tilaisuuksista myös Facebookista tai tanssitunneilta.

4.3 Haastattelu

Haastattelu toteutettiin viidelle kyselyyn vastanneelle henkilölle yksilöhaastatteluna, jotka olivat aiemmin tehdyssä kyselyssä ilmoittaneet halukkuutensa osallistua myös

haastatteluun. Vastaajista kaikki olivat naisia. Haastatteluun osallistui 20-vuotias opiskelija, 15-vuotias peruskoululainen, 25-vuotias terveydenhoitaja, 21-vuotias opiskelija/ kirjanpitäjä ja 25-vuotias tutkija. Otin kaikkiin haastattelusta kiinnostuneihin henkilökohtaisesti yhteyttä ja sovin heidän kanssaan sopivan haastatteluajan. Haastatteluun ei ollut sovittu kaikille yhteistä päivää, paikkaa tai kellonaikaa. Haastattelu kesti noin 15 minuuttia.

Haastattelussa näytin haastateltaville liitteessä 3 olevia Internetistä otettuja julisteiden kuvia ja kysyin mitä huonoa ja hyvää he niissä näkivät. Kysyin myös, mikä julisteista kiinnitti ensimmäiseksi heidän huomionsa, mitä hyvää ja mitä huonoa julisteissa heidän mielestään oli.

Julistekuvavaihtoehdot valitsin siten, että vaihtoehdoissa oli yksinkertaisia, värikkäitä, kuvallisia, vaaleita, tummia, kuvattomia, valokuvallisia ja visuaalisesti epäonnistuneita julisteita. Tarkoitukseni oli valita mahdollisimman erilaisia julisteita vaihtoehdoiksi, julisteita oli yhdeksän erilaista. Haastattelussa kysyin myös, mitä tietoja julisteen pitäisi haastateltavien mielestä välittää ja missä Studio Dance Pitin julisteita heidän mielestään kannattaa olla esillä.

Tutkimuksessa saavutettiin saturaatiopiste, sillä tarkastelemalla haastattelun tuloksia huomasin, että ne eivät poikkea kyselyn tuloksista, koska haastattelussa kävi myös ilmi, että tanssistudion kohderyhmää kiinnostavat julisteet, joiden värimaailma ja ilme on selkeä, raikas ja positiivinen. Julisteessa tulisi myös olla jokin aiheeseen liittyvä kuva, iso otsikko, josta käy selvästi ilmi mistä on kyse ja jossa muukin teksti on selkeästi aseteltu.

Haastateltavia miellyttivät eniten kuvalliset, värikkäät, raikkaat ja selkeät julisteet anetuista vaihtoehdoista, kuten vaihtoehdot e ja i liitteessä 3. Mielestäni julistevaihtoehto e oli paras ehdottamistani julisteista, koska se on selkeä ja innostava. Mielestäni myös kyseisessä julisteessa oli samanlainen tunnelma, kuin Studio Dance Pitin uusissa julisteissa tuli olla. Mielestäni myös vaihtoehto g:ssä liitteessä 3 oli samanlainen raikas tunnelma, kuin Studio Dance Pitin uusissa julisteissa tuli olla.

Haastateltavia miellyttivät myös sellaiset julisteet, joissa oli selkeä iso kuva ja joissa myös teksti julisteessa oli selkeästi aseteltu sekä otsikkoteksti oli kirjoitettu näyttävästi. Haastateltavat mainitsivat myös, että heitä kiinnostavissa julisteissa tärkein asia lu-

kee keskellä, juliste ei ole epäselvä, se on erikoinen, tieto on selvästi esillä ja se on yksinkertainen. Ketään haastateltavista eivät kiinnostaneet tummapohjaiset julisteet, kun taas vaaleapohjaiset julisteet kiinnittivät heidän huomionsa.

Huonoiksi asioiksi he mainitsivat annetuissa julistevaihtoehdoissa epäselvyyden, tekstit hukkuvat kaiken keskelle, tylsä ei herätä mielenkiintoa, sotkuisuuden, pienen tekstikoon ja liian virallisuuden. Kaikki myös valitsivat huonoksi julisteeksi annetuista vaihtoehdoista mielestäni visuaalisesti epäonnistuneen julisteen, niinpä olimme vastaajien kanssa samaa mieltä, millainen on epäonnistunut juliste. Mielestäni visuaalisesti epäonnistuneet julisteet olivat liitteessä 3 olevat vaihtoehdot f ja b, koska niissä teksti ei erotu taustasta, ne ovat sekavia värimaailmaltaan ja sisällöltään. Lisäksi niissä molemmissa on mielestäni liikaa visuaalisia elementtejä.

Haastateltavien mielestä julisteessa pitäisi olla yhteystiedot, sen tulisi kiinnittää huomion, siinä olevan viestin pitäisi tulla selkeästi ilmi, siinä pitäisi olla selkeästi esillä, mitä tapahtuu, missä ja milloin sekä kuka on järjestäjä. Heidän mielestään julisteessa pitäisi mielellään myös olla tapahtuman hinta. Eli julisteessa pitää olla selkeästi esillä perusasiat.

Vastaajien mielestä tanssistudion julisteita on ollut hyvin esillä keskustassa, mutta keskustan ulkopuolella niitä voisi olla enemmänkin. Yksi vastaajista myös toivoi, että julisteita laitettaisiin esille enemmän myös Kouvolan ympäryskuntiin, kuten esimerkiksi Valkealaan. He arvioivat myös, että koulujen, liikuntakeskusten ja keskustan lisäksi hyviä mainontapaikkoja olisivat kirjastot ja nuorisotalot. Kaiken kaikkiaan vastaajien mielestä Studio Dance Pit on helposti löydettävissä, koska mainoksia yrityksestä on hyvin esillä.

5 SUUNNITTELUPROSESSI

Julisteiden uuden ilmeen suunnittelun lähtökohtana olivat kyselyssä ja haastatteluissa saadut vastaukset, yrityksen jo olemassa oleva graafinen materiaali, yrityksen Internet- sivut ja Kuopan toiveet. Julisteiden suunnittelussa oli monia eri asioita, jotka piti ottaa huomioon, kuten typografia ja kuvan sekä tekstin sommittelu. Lisäksi suunnitte-

lussa tuli ottaa huomioon kohderyhmä ja se, että julisteella on vain hetki aikaa kiinnittää kohderyhmänsä huomio.

Julisteen tulisi kiinnittää katsojan huomio hetkessä, koska sillä on vain lyhyt aika herättää kiinnostusta ja tehdä vaikutus katsojaansa. Timmersin mukaan juliste voi saada katsojansa haukkomaan henkeä, nauramaan, pohtimaan, kyseenalaistamaan, protestoimaan tai reagoimaan joillain tavalla. Julisteen viestin tulisi välittyä katsojalleen heti ja lopulta katsojan pitäisi toimia sen pohjalta. Koska julisteet voidaan suunnata mille kohderyhmälle tahansa täytyy keinon, jolla julisteen viesti välitetään olla tehokas ja sopia kohderyhmälleen. Juliste kommunikoi ennen kaikkea graafisen kielen ymmärrettävyydellä ja sopivuudella. (Timmers 2003, 8.)

Julisteiden suunnittelussa keskeisintä oli se, mihin kuva ja teksti on sijoitettu julisteissa sekä mitä on sijoitettu keskelle ja mitä reunoille. Bergin ja Herkmanin mukaan yleensä tärkeät asiat sijoitetaan sivun keskelle tai ylälaitaan. Kuvaa katsotaan usein niin, että ensin siitä luodaan kokonaisvaikutelma ja sen jälkeen siirrytään tutkimaan sen yksityiskohtia. Yksityiskohtat erottuvat ympäristöstä parhaiten, jos ne on sijoitettu kuvan keskelle, ylös tai kultaiseen leikkaukseen. Kuvan yksityiskohtia voi korostaa myös räikeillä väreillä tai jyrkällä kontrastilla, myös voimakkaat värit havahduttavat katsojan ja erottuvat. Katsojan huomion saa kiinnittymään myös siten, että kuvassa tapahtuva liike tai katse suunnataan poikkeavasti totutusta tavasta. Euroopassa lukeminen etenee ylhäältä alas ja vasemmalta oikealle. Jotta taitto olisi onnistunut, tulisi siinä olevan tekstin ja kuvien tukea lukemisen etenemistä ja luetun ymmärtämistä. (Berg & Herkman 2004, 80–81, 90–91.)

Julisteessa tärkeää on sivulle tai aukeamalle syntyvä sommitelmallinen kokonaisuus ja siinä oleva kuvien liikesuunta. Kuvien liikesuunnat ohjaavat lukijaa julisteen muiden elementtien tutustumiseen. Jos julisteessa on monta kuvaa, kannattaa yhdestä kuvasta tehdä pääkuva, jota muut kuvat tukevat. Yleensä suurin kuva mielletään pääkuvaksi. Kuva on turvallisinta sijoittaa siten, että niissä olevat liikesuunnat ohjaavat katsetta keskialueille. Jos samalla sivulla on useampi kuva, tulisi niiden olla mahdollisimman tasalaatuisia tummuus- ja väriarvoiltaan, sekä jokaisessa kuvassa tulisi olla sama valon suunta, jotta kuvasta saa luonnollisen vaikutelman. (Koskinen 2001, 82.)

Julisteen suunnittelussa kuvan lisäksi myös typografia on tärkeä elementti. Se on myös voimakas ilmaisukeino, joskus se voi jopa korvata kuvan, mutta yleensä kuitenkin

kin kuva on vahvempi ilmaisukeino. Kun kuva on vahva ja riittävän ilmaisullinen, sitä ei tarvitse korvata typografisin keinoin, mutta typografialla pystytään parantamaan asioiden painoarvoa. Parhaimmillaan typografia ja kuva tukevat toisiaan ja ne välittävät viestin yhdessä, olemalla vuorovaikutuksessa keskenään. (Loiri 2004, 10.)

5.1 Lähtökohta

Sain Kuopalta yrityksen aiempaa graafista materiaalia (kuva 5), kuten käyntikortin ja julisteita sekä Studio Dance Pitin graafisen ohjeiston (liite 4). Mielestäni Studio Dance Pit tarvitsi yhtenäisemmän ja selkeämmän ilmeen, jotta sen tunnistettavuus säilyy. Kun tarkastelin aiempia julisteita, niiden sanoma oli mielestäni sekava ja julisteiden ilme vaihteli paljon eri julisteissa ja -materiaaleissa. Mielestäni ne olivat sekavia erityisesti siksi, että niissä oli käytetty monia eri fontteja. Yhtenäisyyttä ei mielestäni julisteissa ollut tarpeeksi. Myöskään julisteiden ilme ja yrityksen liiketunnus sekä Internet-sivut eivät mielestäni noudattaneet samaa linjaa. Kuitenkin kyselyyn ja haastattelun vastanneet Studio Dance Pitin asiakkaat olivat tyytyväisiä julisteiden ulkonäköön ja pitivät sitä raikkaana sekä erilaisena. Olin heidän kanssaan eri mieltä, mielestäni julisteet eivät vastanneet yrityksen muuta ilmettä.

SYKSYN 2012 TANSSIKURSSIT

Studio Dance Pitin syyskausi alkaa maanantaina 3.9.!

Luvassa on hulmaa menoa mm. musiikkiteatterin, Bollywoodin ja Zumban parissa. Myös perheen pienimmät voivat nyt osallistua lästentanssiin. Kurssi-vaikokkaan ja opettajien voit tutustua paremmin nettisivuillamme osoitteessa www.studiodancepit.fi.
Tervetuloa!

MAANANTAI
@Fight Club Kouvola:
17.15 - 18.15 MTV/Street alle 15-v
18.30 - 19.30 MTV/Street alkeet yli 14-v
@Kuntotalon pitäisi:
20.00 - 21.00 MTV/Street jatko yli 14-v

TIISTAI
@Fight Club Kouvola:
17.00 - 18.00 nykytanssi alkeet alle 20-v
18.00 - 19.00 nykytanssi alkeet yli 20-v
@Kouvolan-talon tanssisi:
20.00 - 21.00 Bollywood

KESKIVAIKKO
@Kouvola-talon tanssisi:
20.00 - 21.00 aikuisbaletti alkeet/alkeisjatko
@Kuntokeskus Ykkönen:
20.00 - 21.15 showjazz yli 14-v

TORSTAI
@Fight Club Kouvola:
16.30 - 17.15 lästentanssi 4-5-v
17.30 - 18.15 lästentanssi 6-8-v
18.30 - 19.30 MTV/Street keskitaso yli 14-v
@Kouvola-talon tanssisi:
20.00 - 21.00 nykytanssi jatko

PERJANTAI
@Kouvola-talon tanssisi:
15.00 - 16.00 showjazz alle 15-v

SUNNUNTAI
@Kouvola-talon tanssisi:
12.00 - 13.00 Zumba
13.00 - 14.00 aikuisbaletti keskitaso
14.00 - 15.00 nykytanssi keskitaso
15.00 - 16.00/17.00 Showtime -
musikaalikurssi yli 12-v

Ilmoittautumiset alkavat alkuun mahdollista.
Ilmoittautumiset ja lisätiedot:
www.studiodancepit.fi

VOGUEING

**Dance-koreografi
Venla Vuorion
Vogueing -kurssi
la 8.12.
- ilmoittaudu nyt!**

Mm. Dance-ohjelmassa vierailut tanssija-koreografi Venla Vuorion opettaa vogueingin perusteet sekä runway ja poseet-tunnin Kouvolan Kuntotalolla la 8.12. klo 12.15-14.45.

KLO 12.15-13.30 VOGUEING PERUSTEET

Tunnilla harjoitellaan Vogue -tanssilajille ominaisia käsiasentoja, liikkumista, linjoja, asennetta sekä kerrataan samalla Vogueen historiaa. Lopussa tehdään lyhyt sarja opituista asioista.

KLO 13.30-14.45 VOGUEING RUNWAY JA POSEET

Harjoittelemme Vogue-tanssilajille ominaisia supermallimaisia poseerauksia sekä erilaisia runwaykävelyjä. Superhauskaa huippumallien "imitoimista".

Kurssin hinta 30€.
Lisätiedot ja ilmoittautumiset: riksu@studiodancepit.fi
Tervetuloa!
www.studiodancepit.fi

Musikaalikurssi nuorille lupauksille -
ja miksei vanhemmillekin!

It's SHOWTIME

Aloita kesä suosikkimusiikkialien maailmassa
Kouvola-talolla 4.14.6.2012

**Kurssivaihtoehtoina
laulu ja teatteri-ilmaisu tai / tanssi,
voit valita mieleisesi tai
vaikka molemmat!**

ILMAINEN PÄÄTÖSKONSERTTI
KOUVOLA-TALON SIMELIUS-SALISSA TORSTAINA 14.6. KLO 19 - TERVETULOA!

Opettajina alan ammattilaiset
Satu Taalikka (teatteri-ilmaisu ja laulu)
Riikka-Liisa Kuoppa (tanssi)
Opetuspäivät ovat ma-to 4.-7.6. sekä 11.-14.6.
klo 18-21.
Kurssi päättyy yhteiseen musikaalimatinaan.
Kurssihinnat:
1 kurssi 90 e,
molemmat kurssit 140 e.
Lisätiedot ja ilmoittautumiset
www.studiodancepit.fi

Studio Dance Pit tekee hyvää -

KEVÄTNÄYTÖKSET 2012

/ su / 29.4. /

Tanssikoulu Studio Dance Pitin kevätnäytökset
Kouvola-talon Simelius-salissa

/ Näytökset klo 16.00 ja 19.00 / Liput 10€ /
Puolet tapahtuman tuotosta lahjoitetaan
Yhteisvastuukeräykseen.
Ennakkoilippujen varaukset ja lisätiedot:
riksu@studiodancepit.fi
TERVETULOA
www.studiodancepit.fi

Kuva 5. Studio Dance Pitin julisteita (Kuoppa 2013)

Suunnittelussa täytyi ottaa huomioon myös Studio Dance Pitin graafinen ohjeisto, jota en päässyt hyödyntämään kuin vasta työn loppuvaiheessa, koska se valmistui vasta tätä työtä tehdessä. Graafinen ohjeisto kuitenkin auttoi yhtenäisemmän ilmeen suunnittelussa, vaikka se rajoittikin suunnittelua, koska olin ehtinyt aloittaa suunnittelutyön ennen kuin sain graafisen ohjeiston.

Studio Dance Pitin liiketunnuksen, käyntikortin, graafisen ohjeiston, julisteet ja yrityksen Internet-sivut on suunnitellut kaksi eri henkilöä, ehkä myös sekin on sekavoittanut yrityksen graafista ilmettä. Yrityksen kotisivut ja osittain muukin graafinen materiaali on suunniteltu ennen graafista ohjeistoa, mikä on myös sekavoittanut Studio Dance Pitin graafista ilmettä, koska ei ole ollut mitään yhtenäistä ohjetta, jonka pohjalta yrityksen ilmettä on lähdetty rakentamaan.

Mielestäni kuvassa 6 oleva Studio Dance Pitin liiketunnus on erottuva ja huoliteltu ja mielestäni siitä yrityksen tunnistaa parhaiten. Liiketunnukseen valittu oranssi väri oli mielestäni hankala, koska oranssi on voimakas väri ja se erottuu sekä hallitsee välillä hieman liikaa graafisen materiaalin ulkonäköä. Kuitenkin värin ansiosta liiketunnus on varmasti mieleenpainuva kokonaisuus. Mielestäni liiketunnukseen tuli yhdistää samansävyisiä kirkkaita värejä, kuten liikemerkin etummainen oranssi tanssija, jotta julisteiden graafinen ilme näyttää yhtenäiseltä liiketunnuksen kanssa. Jotta julisteiden muut elementit erottuvat liiketunnuksen rinnalla, täytyi niiden mielestäni olla yhtä vahvan ja kirkkaan värisiä.



Kuva 6. Studio Dance Pitin liiketunnus (Kuoppa 2013)

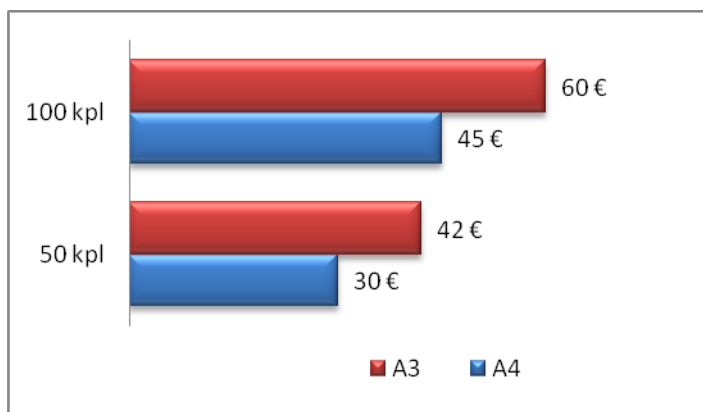
5.2 Asiakkaan toiveet

Julisteiden aiemmassa ilmeessä Kuoppa piti erityisesti graafisen materiaalin vaaleasta pohjasta, iloisuudesta sekä pirteistä väreistä. Kuoppa myös toivoi, että nämä elementit säilytetään julisteiden uudessa ilmeessä. Kuoppa oli hieman tyytymätön aiempien julisteiden graafisen ilmeen sekavuuteen. Kuopan mielestä sama linja ja tyyli eivät toistu kaikessa Studio Dance Pitin materiaalissa. Kuopan mielestä tanssilajien teemat saivat näkyä julisteiden uudessa ilmeessä. (Kuoppa 22.2.2013.)

Kuoppa toivoi, että julisteet olisivat eheitä ja selkeitä kokonaisuuksia ja että niissä oleva tieto välittyä katsojalle selvästi ensi katsomalla. Kuoppa halusi, että julisteet ovat raikkaita, selkeitä, nykyaikaisia, iloisia, positiivisia, tyylikkäitä ja että ne houkuttelisivat jollain tasolla 4-60-vuotiaita (Kuoppa 2013). Mielestäni näin suurta kohderyhmää oli kuitenkin mahdotonta saavuttaa, niinpä julisteiden ilmeessä keskityin siihen, että ne vastaavat Studio Dance Pitin tärkeimmän kohderyhmän eli alle 18-vuotiaiden ja 18–29-vuotiaiden toiveita, jotka selvisivät kyselyssä ja haastatteluissa.

Kuoppa haluaa, että yrityksen toiminta on laadukasta ja että laadukkuus välittyy myös markkinointimateriaalissa, kuten julisteissa. Hän oli valmis panostamaan taloudellisesti yrityksen laadukkaaseen ilmeeseen, kuten tulosteen laatuun, jotta yrityksestä saa huolitellun ja laadukkaan kuvan. (Kuoppa 22.2.2013.)

Suunnittelun aikana otin yhteyttä Kopijyvä Oy:n myyntineuvottelijaan Teemu Sutiiseen ja kysyin neliväritulosteisten julisteiden hintoja. Kysyin hintoja A4 ja A3 kokoisista julistetulosteista, jotka on esitetty kuvassa 7.



Kuva 7. Neliväritulosteiden hinnat (Leskinen 2013)

Julisteiden hinnat sisältävät Sutisen mukaan arvonlisäveron. Julisteen materiaaliksi Sutinen suositteli esimerkiksi 120 g Colotech +: saa. Kyseistä materiaalia käytetään Sutisen mukaan julisteissa paljon. Jos tulosteeseen halutaan lisää kiiltoasteita, pystytään juliste tulostamaan myös silk- tai gloss- paperille, nämä paperilaadut ovat hieman kalliimpia. Kiiltäviä papereita Sutisen mukaan käytetään, jos halutaan heijastavat tai väriä korostavat julisteet. Paperin paksuudella pystytään säätämään materiaalin jäykkyyttä. (Sutinen 2013.)

5.3 Luonnostelu

Suunnittelun alussa tarkastelin Studio Dance Pitin aiempaa graafista materiaalia: Internet- sivuja (liite 5), julisteita ja käyntikorttia sekä liiketunnusta. Etsin materiaalista yhtenäisiä elementtejä, joita voisin tuoda myös julisteiden uuteen ilmeeseen, jotta uusi ilme olisi yhtenäinen myös aiemman julisteiden ilmeen kanssa ja että se olisi yhtenäinen myös Internet- sivujen kanssa ja muun graafisen materiaalin kanssa.

Yhtenäisiä elementtejä mielestäni olivat tanssijahahmot, Internet-sivujen palkit, joiden sisällä oli tekstiä, pirteät värit ja graafisen materiaalin pohjan vaaleus. Näiden elementtien pohjalta aloitin suunnittelutyön. Mielestäni joka tanssilajille oli hyvä olla oma värinsä, jotta ne erottuvat paremmin toisistaan. Suunnittelun päämääränä minulla oli saada julisteista näyttävä ja kaunis kokonaisuus.

Kuvassa 8 olevien luonnosten ajatus oli yhdestä liikemerkin hahmosta muodostuva kuvio, joka muodostaa isomman tanssijasiluotin. Valitsin luonnoksiin kirkkaita ja saman sävyisiä värejä, jotta ne sointuvat yhteen Studio Dance Pitin liikemerkin oranssin värin kanssa. Kokeilin myös tekstin ja kuvien asettelua sekä sommittelua. Suunnittelun alkuvaiheessa en vielä ollut varma tekstin asettelusta, kuitenkin myöhemmin päätin, että tekstille on annettava oma tila ja että se ei voi reunustaa tanssijahahmoa. Vähensin myös leipätekstin määrää lopullisiin julisteisiin.



Kuva 8. Luonnoksia (Leskinen 2013)

Kuvassa 9 olevat luonnokset ovat myös kirkkaita ja värikkäitä. En lisännyt liikemerkikuvan lisäksi niihin mitään muuta kuvaa, jotta liikemerkki on julisteessa pääosassa. Kuvan 9 luonnoksien eriväriset palkit noudattavat liikemerkin samaa periaatetta, eli värisävyt menevät tummasta vaaleampaan.

MTV STREET mtv street

MTV STREET

Show jazz- tanssitunneilla lainataan vaikutteita eri tyyllilajeista aina musikaalijazzista bollywoodiin. Tunneilla treenataan tanssitekniikkaa sekä irrotellaan heittäytymällä erilaisiin koreografioihin.

Tervetuloa mukaan Studio Dance Pitin show jazz- tunneille!

Tarjoamme tunteja kaikenikäisille ja -tasoisille harrastajille aina aloittelijoista edistyneisiin. Tarkemmat tiedot ja ilmoittautumiset osoitteessa: www.studiodancepit.fi



www.studiodancepit.fi

MUSIIKITEATTERI musiikkiteatteri

MUSIIKITEATTERI

Show jazz- tanssitunneilla lainataan vaikutteita eri tyyllilajeista aina musikaalijazzista bollywoodiin. Tunneilla treenataan tanssitekniikkaa sekä irrotellaan heittäytymällä erilaisiin koreografioihin.

Tervetuloa mukaan Studio Dance Pitin show jazz- tunneille!

Tarjoamme tunteja kaikenikäisille ja -tasoisille harrastajille aina aloittelijoista edistyneisiin. Tarkemmat tiedot ja ilmoittautumiset osoitteessa: www.studiodancepit.fi



www.studiodancepit.fi

NYKYTANSSI nykytanssi

NYKYTANSSI

Show jazz- tanssitunneilla lainataan vaikutteita eri tyyllilajeista aina musikaalijazzista bollywoodiin. Tunneilla treenataan tanssitekniikkaa sekä irrotellaan heittäytymällä erilaisiin koreografioihin.

Tervetuloa mukaan Studio Dance Pitin show jazz- tunneille!

Tarjoamme tunteja kaikenikäisille ja -tasoisille harrastajille aina aloittelijoista edistyneisiin. Tarkemmat tiedot ja ilmoittautumiset osoitteessa: www.studiodancepit.fi



www.studiodancepit.fi

SHOW JAZZ show jazz

SHOW JAZZ

Show jazz- tanssitunneilla lainataan vaikutteita eri tyyllilajeista aina musikaalijazzista bollywoodiin. Tunneilla treenataan tanssitekniikkaa sekä irrotellaan heittäytymällä erilaisiin koreografioihin.

Tervetuloa mukaan Studio Dance Pitin show jazz- tunneille!

Tarjoamme tunteja kaikenikäisille ja -tasoisille harrastajille aina aloittelijoista edistyneisiin. Tarkemmat tiedot ja ilmoittautumiset osoitteessa: www.studiodancepit.fi



www.studiodancepit.fi

Kuva 9. Luonnoksia (Leskinen 2013)

Esitin Kuopalle ensin kuvassa 10 olevat kolme eri julistevaihtoehtoa. Valitsin vaihtoehtoiksi saman tanssilajin, jotta julisteita oli helppo vertailla keskenään saman sävyisen värimaailman ja typografian vuoksi. Kuoppa piti kaikista esittämistäni vaihtoehtoista, mutta eniten hän kuitenkin piti vaihtoehdosta, jossa on tanssijahahmo, koska se hänen mielestään kertoi jo ensisilmäyksellä mistä on kyse. Hänen mielestään myös tanssijahahmon asento oli kaunis. Tanssijahahmojulisteessa Kuoppaa miellyttivät myös julisteen ilmavuus ja siinä oleva liike, jota Kuopan mielestä julisteessa piti olla, koska oli kyse tanssia mainostavasta julisteesta. Kuoppa myös toivoi, että hahmojuliste voisi olla värikkäämpi, niin kuin kaksi muuta julistetta. Hän myös piti otsikkopalkeista ja toivoi, että ne liitettäisiin seuraavaan versioon tanssijahahmon lisäksi.



Kuva 11. Toinen Kuopalle esitetty julistevaihtoehto (Leskinen 2013)

Seuraavaan versioon yhdistin Kuopan toivomat elementit (kuva 11). Hän myös piti kuvassa 10 olevan tanssijahahmojulisteen harmaasta Studio Dance Pit- tekstistä, mutta jätin sen pois, koska silloin mielestäni julisteeseen olisi tullut turhia elementtejä ja ne olisivat vieneet tilaa julisteen muilta elementeilä. Kuopan mielestä kuvassa 11 oleva julistevaihtoehto oli selkeä, mutta Kuoppa toivoi, että siinä olisi enemmän esimerkiksi

vihreän eri sävyjä, varjostuksia tai liukuvärejä. Erityisesti Kuoppa piti siitä, että julisteesta kävi ilmi ensivilkaisulla, mitä siinä mainostetaan. Näiden tietojen, tutkimustulosten ja luonnosten pohjalta, suunnittelin valmiit julisteet.

6 JULISTEIDEN UUSI ILME

Julisteiden uuden ilmeen suunnittelussa pidin tärkeänä samojen graafisten elementtien toistamisen, niin kuin opinnäytetyöni design management- kappaleessa todetaan. Julisteissa toistin Studio Dance Pitin graafisia elementtejä, joita ovat graafisen materiaalin pohjan vaaleus, liiketunnuksen tanssijahahmot, värikkyys ja yrityksen Internet- sivujen ulkonäkö.

Suunnittelussa oli mielestäni tärkeää ottaa huomioon Studio Dance Pitin Internet- sivujen ulkonäkö. Yrityksen Internet- sivuilla otsikkotekstit on sijoitettu laatikkopalkkeihin, niinpä myös uusissa julisteissa otsikot on sijoitettu samalla tavalla. Julisteissa on kolme erikokoista palkkia, koska myös Studio Dance Pitin liikemerkki koostuu kolmesta hahmosta.

Käytin julisteissa myös tanssijahahmoja, koska ne olivat kyselyyn vastanneiden mielestä mielenkiintoisia ja niitä oli käytetty myös aiemmissa julisteissa, tämä yhdistää julisteet aiempiin julisteisiin. Lisäksi Kuoppa toivoi julisteisiin tanssijahahmoja. Niinpä mielestäni tanssijahahmoja kannatti edelleen käyttää Studio Dance Pitin julisteissa. Kuoppa toivoi myös, että julisteista kävisi heti ilmi, mitä niissä mainostetaan.

Pelkistin julisteet niin, että en sijoittanut niihin mitään ylimääräistä, jotta ne säilyisivät selkeinä ja kaikille elementeille olisi oma tilansa. Myös tyhjä tila julisteissa oli mielestäni tärkeää, koska siten niiden ilmeestä tuli ilmava ja siten julisteiden viesti välittyisi katsojalle selkeästi. Lisäksi mielestäni vähäisillä elementeillä ja voimakkailla väreillä julisteet voivat erottua muista mahdollisista julisteista.

Julisteiden tärkeimmän asian, eli otsikon sijoitin julisteiden ylälaitaan, jotta julisteesta huomaa selkeästi mistä on kyse ja mitä siinä mainostetaan. Studio Dance Pitin graafisen ohjeiston (liite 4) mukaan tunnusta tulee pääasiallisesti käyttää valkoisella tai mahdollisimman vaalealla pohjalla (Graafinen ohjeisto 2013). Studio Dance Pitin lii-

ketunnuksen sijoitin julisteissa oikeaan alareunaan, jotta se erottuisi joka julisteessa samasta kohdasta. Julisteita on tarkoitus käyttää A4- ja A3-koossa.

Julisteiden kirjaintyyppiä valitsin Myriad Pro- kirjaisimen, koska se oli määritelty Studio Dance Pitin kirjaisimeksi yrityksen graafisessa ohjeistossa. Vaikka Studio Dance Pitille oli jo määritelty kirjain, yhtä tärkeää suunnittelussa oli miettiä julisteen typografia ja sen sommittelu. Loirin mukaan symmetrisessä typografiassa otsikot, teksti, kuvat ja muut elementit jaetaan tasaisesti keskiviivan molemmille puolille. Loirin mukaan pienellä epäsymmetrialla saadaan aikaan kaunis ja mielenkiintoinen lopputulos. Epäsymmetria ei kuitenkaan saisi vaikuttaa suunnittelemattomalta, sillä silloin syntyy helposti sekava yleisvaikutelma. (Loiri 2004, 80.)

Valmiisiin julisteisiin en sijoittanut leipätekstiä tanssijahahmojen vartalon myötäisesti, kuten luonnoksissa, koska siitä tuli liian levoton vaikutelma. Myös leipätekstille oli annettava oma tila, jotta julisteen ulkonäkö näyttää hallitulta, symmetriseltä ja dynaamiselta kokonaisuudelta.

Suunnittelussa tuli myös ottaa huomioon Studio Dance Pitin liiketunnuksen suoja-alue, joka oli määritelty myös graafisessa ohjeistossa (Graafinen ohjeisto, 2013).

Valitsimme Kuopan kanssa yhdessä jokaiselle tanssilajijulisteelle oman tunnusvärin. Tein jokaiseen julisteeseen myös tanssijahahmon, joka liikkeeltään ja eleiltään muistuttaa kunkin tanssilajin tyyliä ja tunnelmaa. Kunkin julisteen kolme eri värisävyä, on otettu Studio Dance Pitin liikemerkin sävyarvoista (Graafinen ohjeisto, 2013).

Julisteiden tanssijahahmojen liike suuntautuu eteenpäin, vasemmalta oikealle, tämä tuo julisteisiin jatkuvuuden tunteen, koska Euroopassa luetaan vasemmalta oikealle. Näin julisteita on helppo lukea, ensin kiinnittää huomiota otsikkoon ja tanssijahahmoon. Hahmo opastaa lukijaa suuntaamaan katseen oikealle leipätekstiin, josta käy ilmi mikä on julisteen sanoma. Julisteissa toivotetaan tervetulleiksi mahdolliset asiakkaat tunneille, kerrotaan, että tunteja tarjotaan eri-ikäisille ja eritasoisille sekä lopussa mainitaan yhteystiedot.

Kuopan mielestä yhdestä liikemerkin tanssijahahmokuviosta koostuva iso tanssijahahmo oli hauska idea ja Kuoppa tahtookin käyttää ideaa jatkossa muihin Studio Dance Pitin julisteisiin ja mainoksiin.

6.1 Nykytanssi

Kuvassa 12 olevalla nykytanssi- julisteelle valittiin väriksi vihreä, koska tanssi on luonnollista. Nykytanssi- julisteen hahmo on myös kauniissa asennossa, koska nykytanssissa tutustutaan keholle luonnolliseen tapaan liikkua (Studio Dance Pitin Internet-sivut, 2013).



Kuva 12. Nykytanssi- juliste (Leskinen 2013)

6.2 Showjazz

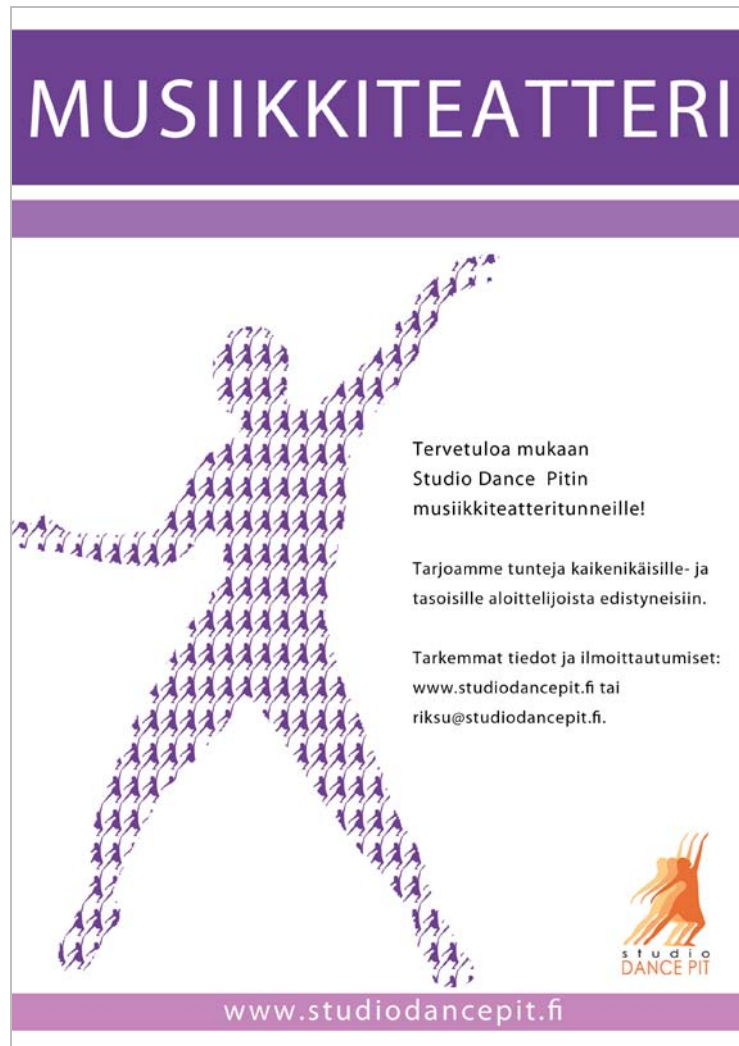
Kuvassa 13 olevalla show jazz- julisteelle valittiin väriksi punertava, koska tanssilaji on naisellista ja keimailevaa. Julisteen hahmo on myös naisellinen ja esittävä, koska tanssilajissa tanssitaan jonkin teeman tai tarinan mukaan.



Kuva 13. Show jazz- juliste (Leskinen 2013)

6.3 Musiikkiteatteri

Kuvassa 14 olevalle musiikkiteatteri- julisteelle valittiin väriksi violetti. Musiikkiteatteri- julisteen hahmo on samalla tanssillinen ja esittävä, koska musiikkiteatteri koostuu näyttelemisestä, laulusta ja tanssista.



Kuva 14. Musiikkiteatteri- juliste (Leskinen 2013)

6.4 Mtv Street- tanssi

Kuvassa 15 olevalle mtv street tanssille valittiin väriksi turkoosi. Julisteen hahmo on iloinen ja menevä, koska myös itse tanssi on menevää. Mtv street tanssi on muun muassa hiphoppia, streetiä ja showta yhdistelevä tanssilaji. Studio Dance Pitin Internet-sivujen mukaan kyseisillä tanssitunneilla treenataan rennosti. (Studio Dance Pitin Internet- sivut, 2013.) Niinpä myös julisteen hahmo on rennossa asennossa.



Kuva 15. Mtv Street- juliste (Leskinen 2013)

7 POHDINTA

Opinnäytetyöni aihe oli mielestäni mielenkiintoinen ja vaativa. Aihe oli työläs, koska tanssimaailma ei ollut minulle ennestään tuttu ja siihen perinpohjaiseen tutustumiseen olisin tarvinnut pidemmän ajan. Julisteiden ilme oli myös haastavaa yhdistää, koska Studio Dance Pitillä oli monia erilaisia graafisia elementtejä ja alussa oli vaikeaa hahmottaa yhtenäisiä elementtejä graafisesta materiaalista. Graafisen ohjeiston puuttuminen opinnäytetyön alkuvaiheessa myös hidasti ja sekavoitti opinnäytetyön etenemistä. Kuoppa oli työstä innoissaan ja vastasi viesteihin aina ajallaan, joten yhteistyö hänen kanssaan sujui hyvin ja joustavasti.

Haastattelut ja kysely olivat helppo toteuttaa, mutta niiden analysointi oli mielestäni hieman hankalaa, koska niiden analysoinnista minulla oli vähän kokemusta ja aina en tiennyt analysoinko vastauksia oikein. Haastattelut ja kysely olivat kuitenkin tärkeä osa tätä opinnäytetyötä, sillä niiden avulla sain tärkeää tietoa Studio Dance Pitin asiakkaista ja heidän julistemieltymyksistään.

Olen tyytyväinen työn lopputulokseen eli julisteisiin. Mielestäni julisteet vastaavat Kuopan ja hänen asiakkaiden toiveita, lisäksi julisteita on myös helppo soveltaa muihinkin tanssilajien julisteisiin. Myös Kuoppa on tyytyväinen julisteiden uuteen ilmeeseen.

LÄHTEET

Kirjallisuus

Arnkil, H. 2007. Värit havaintojen maailmassa. Helsinki: Taideteollinen korkeakoulu.

Berg, M. & Herkman, J. 2004. Viestinnän lähde. Helsinki: Edita Prima Oy.

von Hertzen, P. 2006. Brändi yritysmarkkinoinnissa. Helsinki: Talentum.

Jaskari, P. (toim.) 2004. Design management: Yrityskuvan johtaminen. Helsinki: WS Bookwell Oy.

Koskinen, P. 2001. Hyvä! painotuote. Helsinki: Inforviestintä Oy.

Lehtonen, K. (toim.) 1991. Mainoskuva-mielikuva. Helsinki: VAPK-Kustannus.

Loiri, P. & Juholin, E. 1998. HUOM! Visuaalisen viestinnän käsikirja. 3p. Helsinki: Inforviestintä Oy.

Loiri, P. 2004. Pieni käytösopas typografian laatijalle. Helsinki: Inforviestintä Oy.

Pitkänen, K. P. 2001. Yrityskuva ja maine menestystekijöinä. Helsinki: Edita Oyj.

Pohjola, J. 2003. Visuaalisen identiteetin johtaminen: ilme. Helsinki: Inforviestintä Oy.

Timmers, M. 2003. The power of the poster. Lontoo: V & A Publications.

Sähköiset lähteet

Sutinen, T. 2013. Sähköpostikeskustelu 13.3.2013. Myyntineuvottelija: Kopijyvä Oy. [Viitattu 21.3.2013]

Studio Dance Pitin Internet- sivut 2013. Lajit. Saatavissa:

www.studiodancepit.fi [Viitattu 8.4.2013]

Vuorela, S. 2005. Haastattelumenetelmät. Ovaska, S., Aula, A. & Majaranta, P. (toim.) Käytettävyytutkimuksen menetelmät. 37–52. Tampereen yliopisto, Tietojenkäsittelytieteiden laitos B-2005-1.Haastattelumenetelmät. Saatavissa:

www.cs.uta.fi/usabsem/luvut/3-Vuorela.pdf [Viitattu 28.2.2013]

Muut lähteet

Haastattelut Studio Dance Pitin asiakkaille 14.2.2013.

Kuoppa, Riikka-Liisa 22.2.2013. Haastattelu.

Kysely Studio Dance Pitin asiakkaille 6.2.2013. Kuntokeskus Ykkönen Kouvola.

Studio Dance Pitin graafinen ohjeisto, 2013.

Kuvalähteet

Liite 3/1 Kuva a. Saatavissa: <http://remburssi.fi/wp-content/uploads/2009/03/juliste.jpg> [Viitattu 10.2.2013]

Liite 3/1 Kuva b: PoPon Dandy Bileet 10.3. Saatavissa: <http://www.popovaasa.com/popon-dandy-bileet-10-3/> [Viitattu 10.2.2013]

Liite 3/1 Kuva c. Utopia Helsinki 2012. Kevään juliste! Saatavissa: <http://utopiahelsinki.wordpress.com/2012/01/23/kevaan-juliste/> [Viitattu 10.2.2013]

Liite 3/1 Kuva d. Etappi Mediapaja 2011. Terveyspisteen juliste. Saatavissa:
<http://www.taidelaari.fi/Members/etappimediapaja/kuvat/terveysjuliste72.jpg/view>
[Viitattu 10.2.2013]

Liite 3/1 Kuva e. Kafe Köket. Juliste. Saatavissa: <http://www.cafekoket.fi/img/juliste>
[Viitattu 10.2.2013]

Liite 3/1 Kuva f. Kylä maailmassa 2010-Musiikkia yli rajojen. Saatavissa:
<http://rantai.pp.fi/rantai/km2010.html> [Viitattu 10.2.2013]

Liite 3/1 Kuva g. Kallio Block Party 2011. Saatavissa:
<http://www.upwithkallio.fi/event/kallio-block-party/> [Viitattu 10.2.2013]

Liite 3/1 Kuva h. Kirkon ulkomaanapu. Saatavissa:
http://www.kirkonulkomaanapu.fi/filebank/2525-Lusikka_Juliste_A4_fi.jpg [Viitattu
10.2.2013]

Liite 3/1 Kuva i. Ruuskanen Railio klubi. Saatavissa:
[http://www.maijaruuskanen.com/wp-
content/files_mf/railio_ruuskanen_juliste_29122010_1.gif](http://www.maijaruuskanen.com/wp-content/files_mf/railio_ruuskanen_juliste_29122010_1.gif) [Viitattu 10.2.2013]

KUVALUETTELO

Kuva 1. Käsitekartta (Leskinen 2013)

Kuva 2. Viitekehys (Leskinen 2013)

Kuva 3. Kyselyyn vastanneiden ikäjakauma (Leskinen 2013)

Kuva 4. Vastausjakauma kysymykseen: Millainen julisteen ilme kiinnittäisi kyselyyn
vastaajien huomion? (Leskinen 2013)

Kuva 5. Studio Dance Pitin julisteita (Kuoppa 2013)

Kuva 6. Studio Dance Pitin liiketunnus (Kuoppa 2013)

Kuva 7. Neliväritulosteiden hinnat (Leskinen 2013)

Kuva 8. Luonnoksia (Leskinen 2013)

Kuva 9. Luonnoksia (Leskinen 2013)

Kuva 10. Ensimmäiset Kuopalle esitetyt julistevaihtoehdot (Leskinen 2013)

Kuva 11. Toinen Kuopalle esitetty julistevaihtoehdo (Leskinen 2013)

Kuva 12. Nykytanssi juliste (Leskinen 2013)

Kuva 13. Show Jazz juliste (Leskinen 2013)

Kuva 14. Musiikkiteatteri juliste (Leskinen 2013)

Kuva 15. Mtv Street juliste (Leskinen 2013)

RIIKKA-LIISA KUOPAN HAASTATTELUPOHJA

1. Milloin Studio Dance Pit on perustettu?
2. Mitä tanssitunteja tanssistudio tarjoaa? Mitä tanssilajeja tanssitunneilla on?
3. Kenelle tunnit on suunnattu?
4. Mitkä ovat yrityksen kohderyhmät?
5. Minkä ikäisistä tanssistudion tämän hetkinen asiakaskunta koostuu?
6. Ovatko tunnit suunnattu sekä naisille että miehille?
7. Keitä ovat tanssistudion kilpailijat? Kuinka monta kilpailevaa yritystä on?
8. Mistä asioista/elementeistä yrityksen graafisessa ilmeessä pidät?
9. Mitä asioita ilmeessä haluaisit muuttaa?
10. Kuinka näet, että yrityksen graafista ilmettä voisi yhtenäistää?
11. Millainen ilme mielestäsi sopii Studio Dance Pitin arvoihin ja imagoon?
12. Millaisia tansseja ovat nykytanssi, show jazz, mtv/sreet- tanssi ja musiikkiteatteri?
13. Mitkä adjektiivit mielestäsi kuvaavat kutakin tanssia parhaiten?
14. Kuinka yritys markkinoi itseään?
15. Minkälaisissa paikoissa yrityksen julistemainontaa on? Missä julisteet ovat esillä?
16. Missä haluaisit tulevaisuudessa mainostaa yritystäsi?
17. Mitkä ovat yrityksen suunnitelmat tulevaisuudessa?

KYSELY

Hei,

Opiskelen tuotemuotoilua Kymenlaakson ammattikorkeakoulussa ja opinnäytetyönä suunnittelen Studio Dance Pitille yhtenäisempää graafista ilmettä, joka käsittää julisteiden ulkoasun suunnittelun. Tutkimus on osa opinnäytetyötäni ja tällä kyselyllä on tarkoitus kartoittaa Studio Dance Pitin asiakaskuntaa, tietoa tanssilajeista ja yrityksen näkyvyydestä.

Tutkimuksen toisena vaiheena on tarkoitus haastatella tanssistudion asiakkaita. Haastattelun tarkoituksena on saada syvempää tietoa siitä, millainen julisteiden ilme kiinnostaa Studio Dance Pitin asiakkaita. Haastattelu toteutetaan seuraavalla viikolla (viikko 7). Jos olet kiinnostunut osallistumaan tutkimuksen toiseen osaan, eli haastatteluun, täytähän yhteystietosi tämän kyselyn loppuosaan. Otan henkilökohtaisesti yhteyttä haastattelun toisesta vaiheesta kiinnostuneisiin. Haastattelu kestää noin 15 minuuttia.

Kerättyä tietoa käsitellään luottamuksellisesti, eikä aineistoa jaeta eteenpäin.

Kiitos vastauksistanne!

Ystävällisin terveisin

Heidi Leskinen

TAUSTATIEDOT

1. Ikä. Ympyröi valinta.

alle 18 18-29 30-42 40-49 43-59 yli 60

2. Sukupuoli. Ympyröi valinta.

nainen mies

3. Ammatti:

4. a) Mitä olet harrastanut aikaisemmin? _____

b) Missä olet harrastanut aikaisemmin? _____

c) Kuinka kauan olet harrastanut aiempia lajeja? _____

STUDIO DANCE PIT

5. Mistä sait tietää kyseisestä tanssistudiosta? Ympyröi valinta.

lehdestä internetistä facebookista tutulta julisteesta

Jostain muualta, mistä? _____

6. Oletko nähnyt Studio Dance Pitin mainosmateriaalia (esim. julisteita, esitteitä), missä?

7. Jos olet nähnyt Studio Dance Pitin mainosmateriaalia, mikä siinä kiinnitti huomion?
Kuvaile muutamalla adjektiivilla.

TANSSILAJI

8. Mitä tanssia/ tansseja harrastat tällä hetkellä? _____

9. Millä adjektiiveilla kuvailisit harrastamaasi/ harrastamiasi tanssia/ tansseja?

10. Miksi harrastat kyseistä tanssilajia/ lajeja? _____

11. Puuttuuko mielestäsi Studio Dance Pitin tarjonnasta jokin tanssilaji? _____

JULISTE

12. Oletko osallistunut tilaisuuksiin, joista Studio Dance Pitillä on ollut mainosjuliste? Ympyröi valinta.

kyllä en

13. Mistä olet saanut tietoa tanssistudion tilaisuuksista? Ympyröi valinta.

julisteista internetistä facebookista lehdestä tutulta tanssitunneilta

Jostain muualta, mistä? _____

14. a) Mitä mieltä olet Studio Dance Pitin julisteista? _____

b) Mikä julisteiden ulkonäössä on mielestäsi hyvää? _____

c) Mikä julisteiden ulkonäössä on mielestäsi huonoa? _____

15. Millainen julisteen ilme kiinnittäisi huomiosi? Ympyröi valinta, voit valita useamman vaihtoehdon.

värikäs mustavalkoinen yksinkertainen iloinen vaalea valokuvamainen

Jokin muu, mikä? _____

YHTEYSTIEDOT

Jos olet halukas osallistumaan tutkimuksen toiseen osaan haastatteluun ja auttamaan vastauksillasi Studio Dance Pitin graafisen ilmeen suunnittelussa, täytähän yhteystietosi alapuolelle, kiitos!

Nimi _____

Sähköposti _____

Puhelinnumero _____

HAASTATTELUPOHJA

1. Ikä.
2. Sukupuoli.
3. Mikä näistä julisteista on mielestäsi onnistunein? Perustelut. (Mikä siinä on mielestäsi hyvää, miksi se kiinnitti huomiosi?)



Kuva a



Kuva b



Kuva c



Kuva d



Kuva e



Kuva f



Kuva g



Kuva h



Kuva i

4. Mitä hyvää mielestäsi muissa esimerkki kuvien julisteissa on?
5. Mitä huonoa muissa esimerkki kuvien julisteissa on?
6. Mitä tietoa julisteen pitää mielestäsi välittää?/ Kuinka informatiivinen sen pitää mielestäsi olla?
7. Missä mielestäsi Studio Dance Pitin julisteita kannattaisi olla?



GRAAFINEN OHJEISTO



GRAAFINEN OHJEISTO

Graafinen ohjeisto on tehty yhtenäistämään Studio Dance Pitin graafista ilmettä ja vahvistamaan yrityksen ulkoista kuvaa. Ohjeisto on päivitetty 3/2013.

Sisällys

1. TUNNUKSEN KÄYTTÖ
2. VÄRIT
3. TYPOGRAFIA
4. KÄYNTIKORTTI
5. LOMAKE/TIEDOTE, TANSSIKORTTI

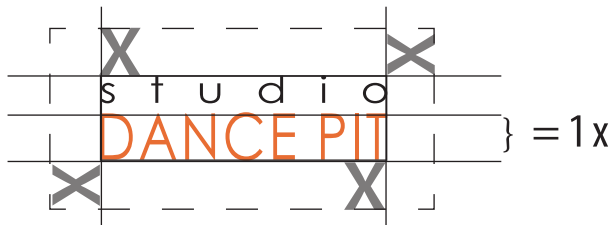
1. TUNNUKSEN KÄYTTÖ

Tunnuksesta on valmistettu originaalitiedostot sekä paino- että sähköiseen käyttöön. Tunnus tulee aina toisintaa valmiista originaalitiedostosta.

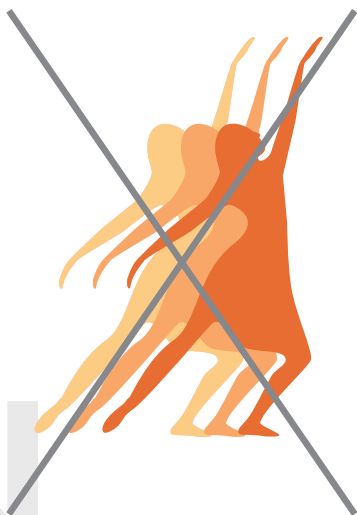


Tunnuksen suoja-alueelle ei saa sijoittaa muita elementtejä. Tunnusta tulee pääasiassa käyttää valkoisella tai mahdollisimman vaalealla pohjalla.

1 X= Dance Pit tekstin x-korkeus.



Logoa voi joissakin tilanteissa käyttää ilman merkkiä. Suoja-alue on sama kuin käytettäessä tunnusta.



Pelkän merkin käyttö ilman logoa on kielletty.

Jos tunnusta käytetään esimerkiksi mustalla tai harmaalla pohjalla (esim. treenivaatteet) käytetään valkoista (negatiivi) logoversiota.



s t u

Käytettäessä tunnusta tai logoa väripinnoilla tai kuvapinnan päällä tulee huomioida tunnuksen ja taustan välinen riittävä kontrasti.



2. VÄRIT

Studio Dance Pitin tunnusväriksi on valittu elinvoimainen oranssi, joka viestii tanssin ja liikunnan tuomasta ilosta, hyvästä olost ja nuorekkaasta, pirteästä asenteesta. Oranssi väri symboloi myös lämpöä ja sydämellisyyttä. Oranssi auttaa asettamaan päämääriä ja suuntaamaan elämäänsä määrätietoisesti niitä kohti.

Tunnusvärin yhteyteen on määritelty kolme lisäväriä, joita voidaan käyttää tunnusvärin kanssa tai itsenäisinä viestimään yrityksen eri toimintamuodoista. Lisäksi voidaan käyttää tehosteena mustan värin eri vaaleusasteita. Ohessa tunnusvärin ja lisävärien CMYK- (neliväri) arvot. Väreille on määritelty myös RGB-arvot. On huomattava, että eri värijärjestelmien tuottamat värisävyt poikkeavat toisistaan jonkin verran. Samoin on luonnollista, että värit voivat toistua erilaisina, kun ne painetaan eri materiaaleille. Kaikista määritellyistä väreistä voidaan muodostaa vaaleusasteita, joita voidaan hyödyntää julkaisuis- sa ja sähköisessä viestinnässä.

Tunnusväri ja tunnuksessa käytetyt oranssit värit



CMYK: 0, 40, 64, 0
RGB: 227, 171, 105



CMYK: 5, 70, 90, 0
RGB: 201, 104, 49



CMYK: 0, 21, 54, 0
RGB: 241, 208, 137

Vaaleusasteet



100% 90% 80% 70% 60% 50% 40% 30% 20% 10%

Lisävärit



CMYK: 0, 85, 19, 0
RGB: 200, 68, 121



CMYK: 60, 10, 5, 0
RGB: 131, 183, 218



CMYK: 23, 5, 54, 30
RGB: 163, 167, 114

100%

0%



3. TYPOGRAFIA

Typografia on tunnuksen ja värimaailman ohella tärkeä visuaalinen peruselementti, jonka yhtenäinen käyttö luo tunnistettavan ilmeen kirjoitetulle viestille. Studio Dance Pitin materiaalissa tulee käyttää ensisijaisesti Myriad Pro -kirjasinperhettä ja sen eri leikkauksia.

Arial-tekstityyppiä käytetään sähköisessä käyttöympäristössä (Internet- sivut). Arial-kirjasin löytyy useimmista PC- ja Macintosh-tietokoneista valmiina järjestelmään kuuluvana kirjasimena.

Myriad Pro

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÄÖ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzääö
1234567890 Myriad Pro Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÄÖ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzääö
1234567890 Myriad Pro Italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÄÖ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzääö
1234567890 Myriad Pro Condensed

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÄÖ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzääö
1234567890 Myriad Pro Condensed Italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÄÖ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzääö
1234567890 Myriad Pro Semibold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÄÖ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzääö
1234567890 Myriad Pro Semibold Italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÄÖ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzääö
1234567890 Myriad Pro Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÄÖ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzääö
1234567890 Myriad Pro Bold Italic

S t U

Arial

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÄÖ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåö
1234567890 Arial Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÄÖ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåö
1234567890 Arial Regular Italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÄÖ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåö
1234567890 Arial Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÄÖ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzåö
1234567890 Arial Bold Italic

4. KÄYNTIKORTTI

Käyntikortti (90 x 50 mm)

Asettelu pysty

Nimi Myriad Pro Regular 11pt

Yhteystiedot Myriad Pro Regular 9pt



Riikka-Liisa Kuoppa

+358 40 843 7222
riksu@studiodancepit.fi
www.studiodancepit.fi

5. TIEDOTE/LOMAKE, TANSSIKORTTI



Lomake A4
Asettelu pysty



Tanssikortti 60x85mm
Asettelu pysty



OTE STUDIO DANCE PITIN INTERNET-SIVUILTA

AJANKOHTAISTA

Etusivulle Kevät 2013 Opettajat Lajit Galleria Hinnasto Ilmoittautuminen

26.3.2013
Kevätnäytöksemme järjestetään sunnuntai 28.4. klo 16 ja klo 19
[Lue lisää](#)

18.3.2013
Katso BuzzerBeaters-tanssiryhmän uusi huikea video
[Lue lisää](#)


28.2.2013
Tyky-kuntosetit ja Sporttipassi käyvät nyt maksuvälineenä
[Lue lisää](#)

12.2.2013
Venla Vuorio palaa Kouvolaan opettamaan huippuosittua Voguingia perjantaina 22.2.!


Studio Dance Pit

Studio Dance Pit on kouvolaalainen tanssikoulu, joka tarjoaa opetusta mm. nykytanssissa, showjazzissa, MTV/Streetissä ja musiikkiteatterissa.



Kuluvalla kevätkaudella tarjoamme yhä runsaan valikoiman erilaisia viikotunteja aina lastentanssista aikuisten omiin ryhmiin. Tarjolla on opetusta niin vasta-alkajille kuin pidempään harrastaneillekin. Myös tänä keväänä on luvassa vierailevia huippuopettajia - pysy siis kuulolla!



Studio Dance Pit
Tykkää 641



Studio Dance Pit
Kevätnäytöslippujen myynti on jo hyvässä vauhdissa ja etenkin iltanäytöksen paikat hupenevat kovaa kyytiä. Otathan siis ripeitä askelia tänään tanssisalleille tai laitat pikaista viestiä osoitteeseen [studio@studiodancepit.fi](#)

Etusivulle Kevät 2013 Opettajat Lajit Galleria Hinnasto Ilmoittautuminen

Kevät 2013

Kevätkaudemme päättyy kevätnäytöksiin su 28.4.2013.

Pääsiäisenä ei pidetä tunteja pe 29.3., su 31.3. eikä ma 1.4.

Kevätkausi on jo loppusuoralla, mutta kesän kursseille ilmoittautuminen alkaa pian. Pysy kuulolla!

Maanantai

@Fight Club:
17.15-18.15 MTV/Street alle 15-v RK
18.30-19.30 MTV/Street alkeet yli 14-v RK **TÄYNNÄ**

@Kouvola-talon tanssisali: