



GRAAFINEN OHJEISTO

SISÄLLYS

JOHDANTO

1. TUNNUS - SANOMA

2. TUNNUS - KÄYTTÖ

2.1 Suoja-alue

2.2 Eri osien käyttö

2.3 Minimikoot

2.4 Erilaiset taustat

3. TYPOGRAFIA

4. VÄRIT

5. KUVAT

6. VERKKOSIVUT

7. TUOTEKORTIT JA ESITTEET

7.1 Tuotekortit

7.2 Esitteet

JOHDANTO

Jotta yrityksestä syntyvä mielikuva olisi mahdollisimman uskottava ja selkeä, on visuaalisen ilmeen kaikkien osa-alueiden oltava hyvin määriteltynä. Graafinen ohjeisto on opas, joka määrittelee kaikki tarpeelliset osa-alueet yrityksen visuaalisesta ilmeestä. Se, mikä kunkin yrityksen kohdalla on tarpeellista, vaihtelee tapauskohtaisesti. Mitä isompi ja tunnetumpi yritys on kyseessä, sitä spesifimpi graafinenkin ohjeisto yleensä on.

Tämä graafinen ohjeisto on laadittu määrittämään Tuinuke -brändin visuaalista ilmettä. Se on laadittu vastaamaan aloittelevan yrityksen tarpeita ja siksi siinä on määriteltynä vain ohjeiston peruselementit. Myös yrityksen toimintamalli määrittelee graafisen ohjeistuksen tarvetta, ja siksi tässä ohjeistossa ei esimerkiksi syvennyttä painotuotteiden ilmeeseen kovinkaan tarkasti.

Kuten aina yrityksen graafisen ohjeiston kanssa, muokataan sitä yrityksen ja ympäristön tarpeiden muuttuessa, niin myös tämänkin ohjeiston kanssa. Koska graafinen ohjeisto on käsitteenä yritykselle entuudestaan vieras, selostetaan eri osioiden merkitys melko tarkasti. Ohjeisto vastaa yrityksen tämänhetkisiä tarpeita, mutta sitä täsmennetään ja muokataan olosuhteiden sitä vaatiessa.



1. TUNNUS - SANOMA

Tunnus on usein ensimmäinen elementti, jonka kuluttaja yrityksestä näkee. Sillä voidaan herättää kuluttajien mielenkiinto, mutta myös karkoittaa mahdolliset asiakkaat. On siis tärkeää, että se vastaa yrityksen mielikuvatavoitteita ja viestii yrityksen edustamia arvoja.

Tunnuksesta löytyy kolme elementtiä, joiden käyttö määritellään tässä ohjeistossa myöhemmin. Nämä elementit ovat: liikemerkki, logo sekä alateksti. Näillä kaikilla on oma tehtävänsä.

Nimi Tuinuke on swahilia ja tarkoittaa ”nousta” ja ”elpyä”. Se on tarttuva nimi, joka kuulostaa hauskalta, on omaperäinen ja sanomaltaan viestii yrityksen taustoista. Siihen tiivistyy koko yrityksen tarina ja on siksi oiva valinta brändin nimeksi. Alatekstin sanojen on tarkoitus määrittää ja selkiyttää Tuinuke sanan merkitystä.



Perhonen symboloi muutosta ja uuden alkua. Se sopii hyvin kuvaamaan yritystä ja sen tarinaa. Se viestii samoja asioita, kuin yrityksen nimikin. Lisäksi perhosen siiven muoto, joka tulee Afrikan kartasta, kertoo yrityksen alkuperästä. Näin kuluttajalle syntyy heti käsitys tuotteiden alkuperästä.

2. TUNNUS - KÄYTTÖ

Jotta tunnuksen käyttö olisi mahdollisimman vaivatonta, on joitakin sen käyttöön liittyviä seikkoja syytä määrittää. Näin tunnuksen käyttö pysyy yhtenäisenä kautta koko yrityksen tuottaman materiaalin.

2.1 Suoja-alue

Suoja-alue takaa sen, että tunnus erottuu taustastaan mahdollisimman hyvin. Tämän tunnuksen kohdalla suoja-alueeksi on määritelty puolet sanan TUINUKE korkeudesta.

2.2 Eri osien käyttö

Liikemerkkiä eli perhosta voidaan käyttää sellaisenaan irrallisena elementtinä melko vapaasti, kuten tämän ohjeiston sivuilla on esitetty. Tällöin perhosen taustan tulee kuitenkin olla läpinäkyvä.



Tunnuksen suoja-alue

Logoa voidaan käyttää ilman liikemerkkiä, jos se on perusteltua. Kuvakoon ollessa liian pieni alatekstin luettavuudelle, voidaan alateksti jättää pois. Pääsääntöisesti liikemerkkiä ja alatekstiä käytetään kuitenkin aina yhdessä.



2. TUNNUS - KÄYTTÖ

2.3 Minimikoot

Tunnuksen minimikoko alatekstin kanssa on 440 x 160 mm. Tässä koossa myös alateksti pysyy luettavana. Jos joudutaan käyttämään pienempää kokoa, voidaan alateksti jättää pois. Horisontaaliversion minimikoko on kuitenkin aina 250 x 70 mm.

Jos käytössä oleva tila on kapea, voidaan tunnuksesta käyttää vertikaaliversiota, jossa liikemerkki on sijoitettu logon yläpuolelle. Minimikoko tunnuksen pystyversiossa alatekstin kanssa on 320 x 200 mm. Ilman alatekstiä 220 x 100 mm.



Tunnukset minimikoossa alatekstien kanssa

2. TUNNUS - KÄYTTÖ

2.4 Erilaiset taustat

Mieluiten tunnusta tulisi käyttää yksivärisen taustan päällä. Sen voi kuitenkin sijoittaa myös esimerkiksi valokuvan päälle, kunhan suoja-alue on ohjeistuksen mukainen ja tunnus erottuu taustastaan riittävästi. Myös tulisi kiinnittää huomiota, että tausta ei ole liian räikeä. Tarvittaessa kuva voidaan rajata käyttäen ohjeiston mukaisia värejä.



Tunnuksen käyttö valokuvan päällä:
Huono esimerkki



Tunnuksen käyttö yksivärillisellä taustalla:
Hyvä esimerkki



Tunnuksen käyttö valokuvan päällä:
Hyvä esimerkki



3. TYPOGRAFIA

Valitut fontit ovat helppolukuisia ja sopivat yhteen yrityksen tunnuksen kanssa. Fonteista käytetään pääsääntöisesti regular versiota, mutta vahvemman vaikutelman aikaansaamiseksi voidaan käyttää myös bold versiota.

Otsikoiden fontiksi on määritelty Sakkal Majalla regular. Yleinen ohje on, että otsikoinnissa käytetään suuraakkosia eli versaalia tekstityyliä.

Leipätekstin fontiksi on määritelty Euphemia regular. Lyhyimmissä teksteissä voidaan käyttää tehosteena myös päätteetöntä SW Roms fonttia.

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVVXYZ
1234567890
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVVXYZ
1234567890

Sakkal Majalla

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVVXYZ
1234567890

Euphemia

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVVXYZ
1234567890

SWRomns

4. VÄRIT

Tunnuksesta on määritelty kaksi versiota. Värillinen- sekä musta-valkoversio. Värilliset versiot ovat kolmivärisiä ja ne on esitelty aiemmin tässä oheistossa. Pääasiassa pyritään aina käyttämään värillistä versiota.

Musta-valkoversio poikkeaa värillisestä versiosta sen käyttökohteiden vuoksi. Logo-osaa voidaan käyttää yksinään esimerkiksi painettuna kankaalle. Pelkät ääriviivat toimii perhosen muodossa tässä kohtaa parhaiten. Musta-valko versiota voidaan käyttää myös negatiivina.



Tunnuksen musta-valkoinen vaakaversio



Tunnuksen musta-valkoinen pystyversio

4. VÄRIT

Tunnuksen väriversiossa on kolme väriä, jotka ovat samalla koko ohjeiston päävärit. Tehosteväreiksi muuhun visuaaliseen materiaaliin on määritetty vaalean ruskea, oranssi sekä musta. Mustaa väriä käytetään pääasiassa vain teksteissä.



RGB	146 - 212 - 0	88 - 166 - 24	60 - 54 - 37	102 - 85 - 70	233 - 131 - 0	30 - 30 - 30
CMYK	48 - 0 - 94	73 - 0 - 100 - 0	39 - 43 - 80 - 90	23 - 36 - 43 - 66	0 - 58 - 100 - 0	0 - 0 - 0 - 100
HTML	92D400	58A618	3C3625	665546	E98300	1E1E1E
PMS	375	369	Black 2	7532	144	Pro. Black

5. KUVAT

Kuvien tulee olla laadukkaita ja riittävän suurella resoluutiolla. Niiden tulee olla selkeitä ja realistisia. Käytetyt kuvat ovat informatiivisia ja tukevat tarinan kerrontaa.

Mahdollisuuksien mukaan käytetään samantyyliisiä tuotekuvia, esimerkiksi samaa tai samantyylistä taustaa käyttäen. Laadukkaat kuvat kertovat laadukkaista tuotteista.



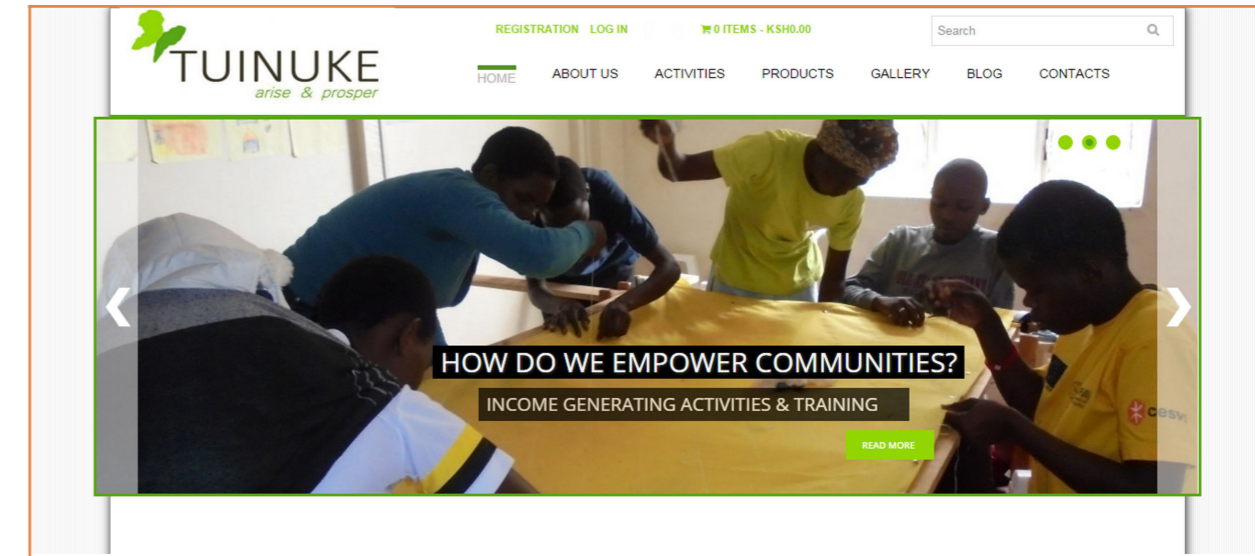
Esimerkki laadukkaista tuotekuvista



6. VERKKOSIVUT

Verkkosivujen ilme noudattaa ohjeistossa määriteltyä linjaa niin värien, typografian kuin tunnuksen käytönkin suhteen. Sivujen sisältö vastaa yrityksen arvomaailmaa ja tukee tarinan kerrontaa.

Sivut ovat rakenteeltaan selkeät ja yksinkertaiset. Kaikki sivut ovat rakenteeltaan samanlaisia.



Verkkosivujen ulkoasu

7. TUOTEKORTIT JA ESITTEET

7.1 Tuotekortit

Tuotekorteissa käytetään ruskeaa pahvia tai paksua paperia. Tarvittava informaatio printataan valkoiselle paperille. Korteista tulee löytyä ainakin joko tunnus, logo tai liikemerkki ja yhteystieto käyttökohteesta riippuen. Tuotekortit toimivat samalla ikään kuin käyntikortteina.

7.2 Esitteet

Esitteet voidaan toteuttaa samalla tavalla kuin tuotekortitkin, ruskealle kartongille. Tehosteena voidaan käyttää yksinkertaisia graafisia elementtejä, kuten tämän ohjeiston sivuilla näkyvä ruskea reunapalkki.

Mahdollisuuksien mukaan sekä esitteitä että tuotekortteja voi painaa valmiiksi ruskealle taustalle. Käytetyn paperin tulee aina olla matta.



Tuotekortit kaula- ja korvakoruille

