

Opinnäytetyö AMK

Tietojenkäsittely

2024

Joonas Penttinen

Uusi visuaalinen ilme tapahtumalle – case: ICT ShowRoom 2024



Opinnäytetyö (AMK) | Tiivistelmä

Turun ammattikorkeakoulu

Tietojenkäsittely

2024 | 30 sivua

Joonas Penttinen

Uusi visuaalinen ilme tapahtumalle

case: ICT ShowRoom 2024

ICT ShowRoom on tapahtuma ja kilpailu, jonka järjestäjiä ovat Turun ammattikorkeakoulu, Turun yliopisto sekä Åbo Akademi. Kilpailussa järjestäjäkoulujen opiskelijat pääsevät esittelemään kuluneen vuoden aikana tehtyjä ICT-aiheisia projektitöitään.

Tavoitteena oli luoda uusi visuaalinen ilme ICT ShowRoom 2024 tapahtumaan. Uuden visuaalisen ilmeen luomiseen sisältyi uudet viestintämateriaalit ja verkkosivut. Viestintämateriaaleihin kuului logo, julisteet, mainoskuvat ja sosiaalisen median profiili- sekä kansikuvat.

Työn suunnittelussa tutustuttiin aiempiin visuaalisiin ilmeisiin ja sitä kautta suunniteltiin uutta ilmettä. Uusi visuaalinen ilme toteutettiin Canvalla.

Opinnäytetyön lopputuloksena saatiin luotua ICT ShowRoom 2024 tapahtumalle uusi visuaalinen ilme, viestintämateriaalit sekä verkkosivut, johon toimeksiantaja oli tyytyväinen. Uusi visuaalinen ilme oli hyvin näkyvillä 7. maaliskuuta 2024 järjestetyssä tapahtumassa.

Asiasanat:

Visuaalinen ilme, brändiviestintä, visuaaliset trendit, ICT ShowRoom

Bachelor's / Master's Thesis | Abstract

Turku University of Applied Sciences

Business Administration

2024 | 30

Joonas Penttinen

A new visual look for the event

case: ICT ShowRoom 2024

ICT ShowRoom is an event and competition organized by Turku University of Applied Sciences, the University of Turku, and Åbo Akademi University. In this competition, students from the organizing schools get the opportunity to showcase their ICT-related projects completed during the past year.

The aim was to create a new visual identity for the ICT ShowRoom 2024 event. The creation of the new visual identity included new communication materials and a website. The communication materials included a logo, posters, advertisement images, and social media profile and cover photos. During the design process, previous visual identities were reviewed to inform the creation of the new look. The new visual identity was created using Canva.

As a result of the thesis, new visual identity, communication materials, and a website were developed for the ICT ShowRoom 2024 event, which satisfied the client. The new visual identity was prominently displayed at the event held on March 7, 2024.

Keywords:

Visual look, brand communication, visual trends, ICT ShowRoom

Sisältö

| | |
|--|-----------|
| Käytetyt lyhenteet | 6 |
| 1 Johdanto | 7 |
| 2 Visuaalinen ilme | 8 |
| 2.1 Brändi | 8 |
| 2.2 Brändiviestintä | 9 |
| 2.3 Visuaaliset elementit | 9 |
| 2.4 Visuaaliset trendit | 9 |
| 3 Uuden visuaalisen ilmeen toteutus | 13 |
| 3.1 Aloitustilanne | 13 |
| 3.2 Suunnitteluvaihe | 13 |
| 3.3 Logo | 14 |
| 3.4 Juliste | 17 |
| 3.5 Verkkosivut | 19 |
| 3.6 Sosiaalinen media | 21 |
| 3.7 Mainoskuvat | 22 |
| 4 Lopuksi | 24 |
| Lähteet | 25 |

Liitteet

Liite 1. Brändiohjeistus ICT ShowRoom 2024

Kuvat

| | |
|---|----|
| Kuva 1. Esimerkki minimalismista. (freepik.com) | 10 |
| Kuva 2. Esimerkki Y2K ja 2000-luvun alusta. (freepik.com.) | 11 |
| Kuva 3. Esimerkki rikkaasta ja eloisasta väriyhdistelmästä. (freepik.com) | 12 |
| Kuva 4. Aiempien ICT ShowRoom tapahtumien visuaalisia ilmeitä. | 14 |
| Kuva 5. Ensimmäinen versio logosta suunnitteluvaiheessa. | 15 |
| Kuva 6. Toinen versio logosta, johon on lisätty ikoni keskelle. | 15 |
| Kuva 7. Kolme värivaihtoehtoa lopullisesta logosta. | 16 |
| Kuva 8. Ensimmäinen versio infojulisteeista. | 17 |
| Kuva 9. Kaksi vaihtoehtoa infojulisteeista. | 18 |
| Kuva 10. Lopulliset julisteveriot | 19 |
| Kuva 11. Verkkosivujen suunniteltu käyttöliittymä | 20 |
| Kuva 12. Facebookin, Instagramin ja LinkedInin tilien uusi profiilikuva. | 21 |
| Kuva 13. ICT ShowRoomin Facebook-tilin kansikuva. | 21 |
| Kuva 14. ICT ShowRoomin LinkedIn-tilin kansikuva. | 22 |
| Kuva 15. ICT-Cityn infotelevision ICT ShowRoom 2024 mainoskuva | 22 |
| Kuva 16. EduCityn infotelevision ICT ShowRoom 2024 mainoskuva. | 23 |

Käytetyt lyhenteet

| | |
|-----|---|
| ICT | Lyhenne sanoista "information and communication technology" |
| Y2K | Lyhenne sanoista "year 2 kilo" eli vuosi 2000 |

1 Johdanto

ICT ShowRoom on Turun ammattikorkeakoulun, Turun yliopiston ja Åbo Akademin järjestämä tapahtuma ja kilpailu, jossa opiskelijat esittelevät heidän kuluneen vuotensa aikana tehtyjä ICT-aiheisia projektitöitään. Kilpailuun voivat osallistua kaikki järjestävien koulujen opiskelijat. Tapahtumana ICT ShowRoom on yleisölle avoin. Vuonna 2024 tapahtuma järjestettiin 7.maaliskuuta.

Opinnäytetyöni tavoitteena oli suunnitella ja toteuttaa ICT ShowRoomille uusi visuaalinen ilme ja viestintämateriaalit. Tapahtumalle halutaan joka vuodelle uusi visuaalinen ilme, jonka suunnittelevat Turun ammattikorkeakoulun opiskelijat. Visuaalinen ilme sisälsi viestintämateriaalit sekä uudet verkkosivut. Viestintämateriaalit sisältävät logon, mainosjulisteet, sosiaalisen median kansikuvat. Verkkosivut toteutettiin WordPressin sivunrakentimella, Elementorilla.

Valitsin tämän aiheen, koska minua kiinnostaa erilaisten tapahtumien, yritysten ja urheiluseurojen visuaaliset ilmeet sekä viestintämateriaalit. Syksyllä minulle tarjoutui hieno mahdollisuus päästä suunnittelemaan ja toteuttamaan ICT ShowRoom 2024 -tapahtumalle uusi visuaalinen ilme.

Opinnäytetyössäni käsitellään visuaalista ilmettä, brändiä, brändiviestintää, visuaalisia elementtejä sekä visuaalisia trendejä. Toiminnallisessa osuudessa luodaan ICT ShowRoom 2024 -tapahtumalle uusi visuaalinen ilme.

2 Visuaalinen ilme

Yrityksen visuaalinen ilme tarkoittaa yrityksen tunnusta, värejä, typografiaa ja kuvamaailmaa kattaen valokuvat, ikonit ja muut graafiset elementit. Ilme muodostuu siitä, miten nämä kaikki visuaaliset elementit sommitellaan ja mikä on niillä esitetty visuaalinen tyyli. Visuaalisesta ilmeestä voidaan käyttää myös termejä brändi-ilme tai visuaalinen identiteetti. Brändin visuaalinen ilme on osa brändi-identiteettiä. Ilmeen tulee perustua yrityksen tai brändin persoonaan ja tapaan, miten se toimii, puhuu ja kommunikoi. Visuaalisuus tukee yrityksen arvoja ja luonnetta. (Virtanen, 2022.)

Visuaalisessa konseptissa keskeisin asia on merkitys: miten visuaalisuus ilmentää keskeisintä brändin ideaa, sen arvoja ja olemassaolon syytä. Lisäksi visuaalisen konseptin pitää erottaa brändi toimintaympäristön ja asiakkaalle merkityksellisen kategorian muista vaihtoehdoista. Brändin pitää olla myös kiinnostava, helposti lähestyttävä ja käytettävä sanan merkityksen kaikilla tasoilla. (Pohjola 2019, 139.)

2.1 Brändi

Brändi on yrityksen tai tuotteen imago ja maine, joka erottaa sen kilpailijoista sekä luo asiakassuhteelle lisäarvoa. Se on mielikuva, joka kuluttajalla on yrityksestä tai tuotteesta, mikä muodostuu monista eri tekijöistä, kuten visuaalisesta ilmeestä, äänensävyistä, arvoista ja brändilupauksesta. (Huusko, 2024.)

2.2 Brändiviestintä

Brändiviestintä keskittyy pelkästään yrityksen brändiin ja siitä viestimiseen. Brändiviestintä on osa yrityksen toteuttamaa markkinointiviestintää ja sen tavoitteena on bränditietoisuuden ja -tunnettuuden kasvattaminen. Lisäksi pyritään vaikuttamaan asiakkaisiin luomalla positiivisia mielikuvia brändistä. (Leväinen, 2023.)

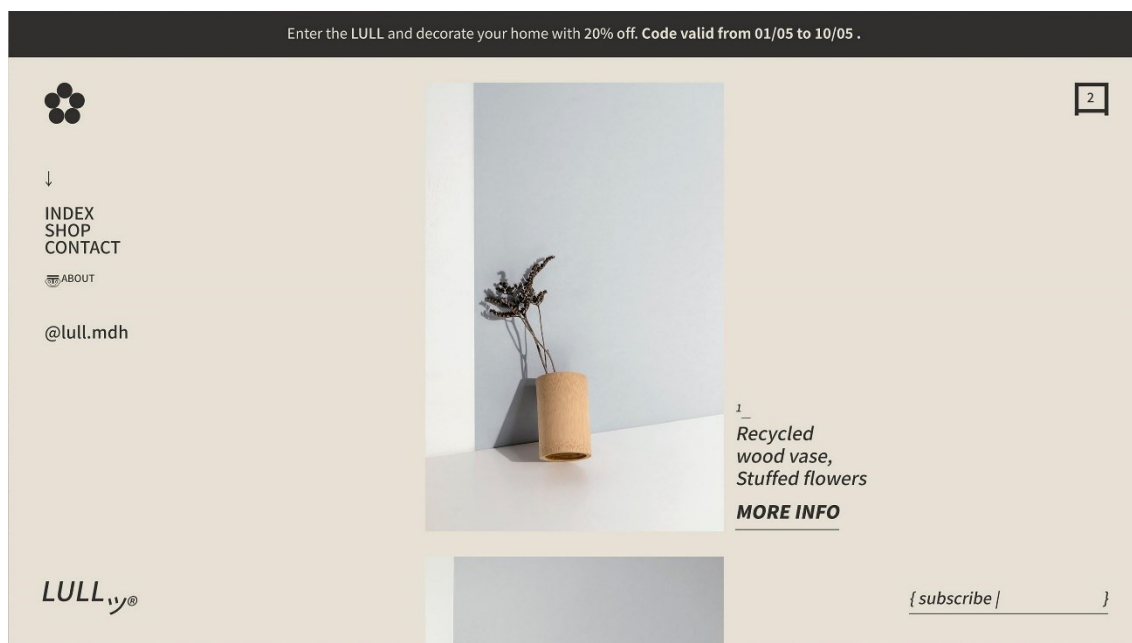
2.3 Visuaaliset elementit

Visuaalisia elementtejä voivat olla esimerkiksi logo, kuvat, typografia, graafiset elementit, kontrasti, ja asettelu. Yrityksen visuaaliset elementit kootaan yhteen brändioppaaksi. Brändiopas sisältää yksityiskohtaiset ohjeet yrityksen visuaalisesta ilmeestä.

Visuaaliset elementit esiintyvät yleensä aina useampien elementtien yhdistelmin Visuaalisen ilmeen konseptisuunnittelun yhteydessä tutkitaan vaihtoehtoisia elementtejä ja ensisijaisesti niiden käytön vaikutusta kokonaisuuden muodostumiseen. Suunnittelun yhteydessä syntyy helposti kymmeniä vaihtoehtoja, kun visuaalisia elementtejä yhdistetään kokeilumielessä eri tavoilla. (Pohjola 2019, 179.)

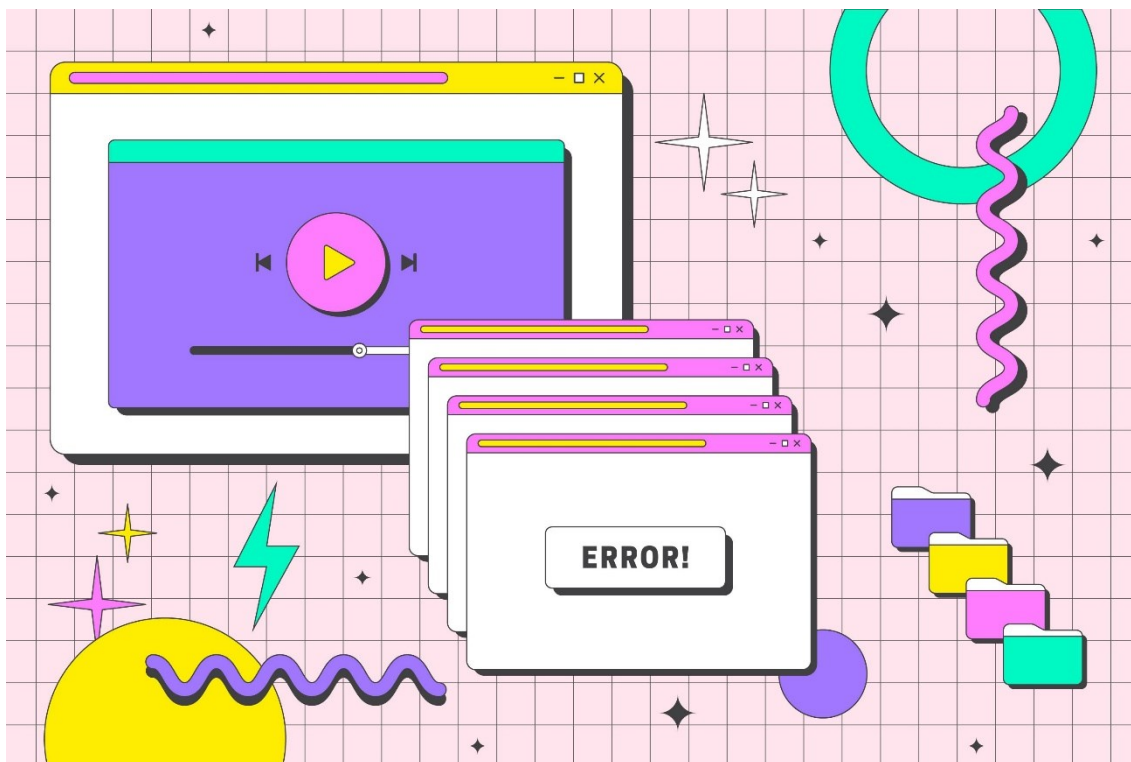
2.4 Visuaaliset trendit

Tämän päivän suunnittelussa ollaan yleisesti ottaen siirtymässä minimalistisempaan suunnittelutyyliin. Minimalismilla tarkoitetaan yksinkertaisten geometristen muotojen tai 3D-grafiikan, monokromaattisten värien ja negatiivisen tilan käyttöä. (Törmänen, 2023.). Minimalismissä ilmeessä pyritään keskittymään tärkeimpiin elementteihin ja karsitaan kaikki ylimääräinen pois. Kuvassa 1 on esimerkki minimalismin visuaalisesta trendistä.



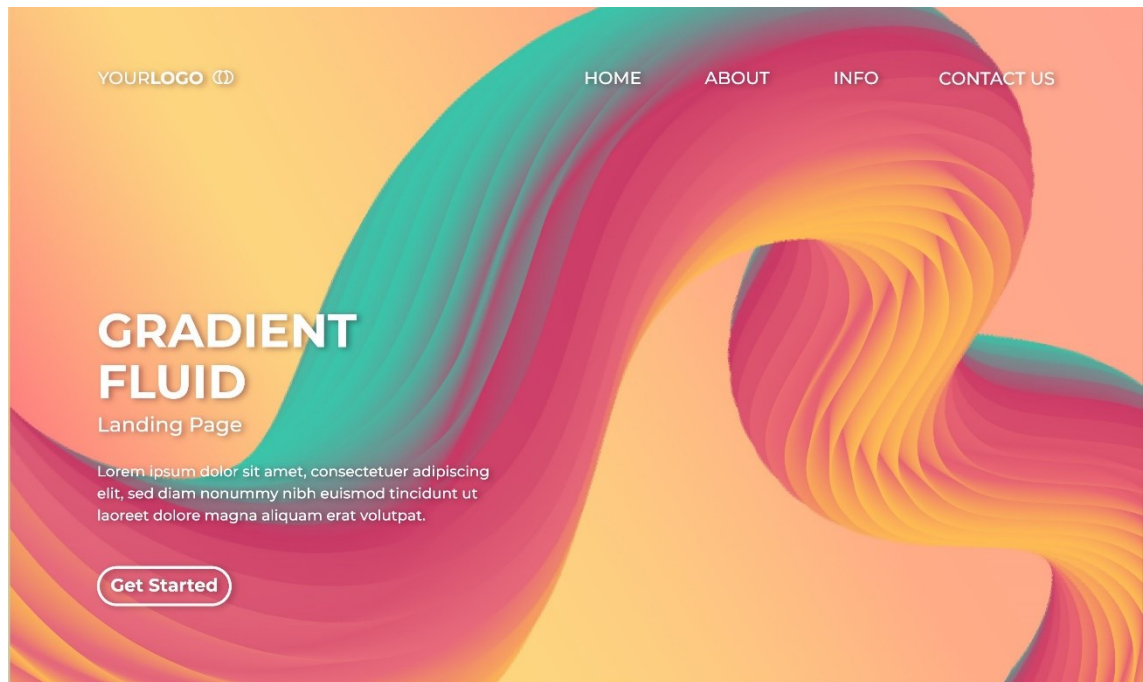
Kuva 1. Esimerkki minimalismista. (freepik.com)

Vaalean minimalismin vastapainona graafinen suunnittelu ottaa vaikutteita erityisesti Y2K-tyylistä. Y2K-tyyli graafisessa suunnittelussa viittaa 1990-luvun lopulla ja 2000-luvun alussa suosittuun visuaaliseen estetiikkaan, johon vaikuttivat vahvasti ajan teknologia ja kulttuuri. Tälle tyylille on ominaista eloisa neonvärien, rohkean typografian ja futurististen kuvien käyttö. Se sisältää usein tieteisfiktion ja teknologian elementtejä, kuten piirilevyjä, binaarikoodia ja tietokoneella luotua grafiikkaa (Törmänen, M. 2023.) Kuvassa 2 on esimerkki trendistä, jossa näkyy Y2K ja 2000-luvun alun visuaalisuutta.



Kuva 2. Esimerkki Y2K ja 2000-luvun alusta. (freepik.com.)

Värien käytössä aletaan siirtyä pois 2010-luvun neonväreistä. 2020-luvun alun tummat ja dystooppiset värimaailmat ja toisaalta myös rauhalliset kittiväripaletit saavat rinnalleen värikkäitä ja rikkaita sateenkaariväripaletteja. Väreillä leikitellään ja sateenkaariväripaletteja yhdistellään muihinkin tämän vuoden trendeihin. (Törmänen, M. 2023.)



Kuva 3. Esimerkki rikkaasta ja eloisasta väriyhdistelmästä. (freepik.com)

Mielestäni näistä kolmesta visuaalisen ilmeen trendeistä rikkaat ja eloiset värit ja väriyhdistelmät ovat eniten käytetyin trendi.

3 Uuden visuaalisen ilmeen toteutus

3.1 Aloitustilanne

Minulle tarjoutui mahdollisuus päästä suunnittelemaan ja toteuttamaan uusi visuaalinen ilme ICT ShowRoom 2024 -tapahtumalle.

ICT ShowRoom on brändi, joka tarjoaa opiskelijoille kilpailun päästä esittelemään tieto- ja viestintätekniikan projekteja kuluneen vuoden ajalta yleisölle ja hyvän mahdollisuuden verkostoitua alueen ICT-alan yrityksiin kanssa. Brändi korostaa myös luovuutta ja teknologista asiantuntevuutta.

Visuaalisesti ICT ShowRoomin brändi sisältää innovatiivisen, modernin sekä selkeän ilmeen.

Kokonaisessa kuvassa ICT ShowRoomin brändi pyrkii tarjoamaan hyvän ICT-alan kilpailun, joka edistää teknologista kehitystä ja tarjoaa arvoa opiskelijoille ja alueen ICT-alan yrityksille

3.2 Suunnitteluvaihe

Aloitin uuden visuaalisen ilmeen suunnittelun tutustumalla aiempien ICT ShowRoom tapahtumien visuaalisiin ilmeisiin. Minulle oli tärkeää, että oma työni erottuisi aiempien tapahtumien visuaalisesta ilmeestä omanlaisella tyyllillä tai värimaailmalla. Kuvassa 4 on tehty koostokuva aiempien vuosien visuaalisista ilmeistä ICT ShowRoom tapahtumissa.



Kuva 4. Aiempien ICT ShowRoom tapahtumien visuaalisia ilmeitä.

Suunnitteluvaiheessa päädyin siihen, että suunnittelen visuaalisen ilmeen Canvalla, joka on graafiseen suunnitteluun tarkoitettu online-työkalu. Otin verkkosivustolla käyttöön Canva Pro – version tätä opinnäytetyötä varten, jonka ansioista sain käyttööni laajemmat kirjastot erilaisia ikoneita ja fontteja.

Värimaailman suunnitteluun käytin Colors.co verkkosivustoa, jossa saa generoitua helposti erilaisia väripaletteja. Halusin väriyhdistelmäksi tumman ja vaalean värin. Suunnittelin myös, että vaaleampi väri voisi tulla viestintämateriaaleissa esiin hehkuvana värinä. Lähdin kokeilemaan erilaisia vaaleita värejä mustan kanssa ja löysin sieltä kolme itseäni miellyttävää värivaihtoehtoa, jotka olivat keltainen, vihreä ja kiinanruusun punainen. Näistä kolmesta vaihtoehdosta oma valintani oli keltainen, koska keltainen ja musta sopii omaan silmääni todella hyvin yhteen. Keltaisella värillä oli myös mielestäni paras kontrasti mustaan väriin.

3.3 Logo

Halusin suunnitella ja toteuttaa sellaisen logon, josta selviää helposti, minkä vuoden tapahtumasta on kyse. Halusin logon olevan myös tarpeeksi yksinkertainen, jottei logossa olisi liikaa erilaisia elementtejä, joka tekisi logosta liian epäselvän. Hain inspiraation myös urheilumaailman seurojen logoista, koska tykkään seurata urheilua paljon vapaa-ajallani. Kuvassa 5 näkyy

suunnittelun alkuvaiheessa oleva pyöreä logo, jossa tekstit ovat kaareutunut logon keskiosassa sijaitsevan ikonin ympärille.



Kuva 5. Ensimmäinen versio logosta suunnitteluvaiheessa.

Lähdin ensimmäisessä versiossa hahmottamaan, miltä logo näyttäisi tekstillä "ICT ShowRoom 2024". Kun olin tyytyväinen tähän osaan, lähdin etsimään Canvan kirjastosta ikonia, joka sopisi ICT-alaan ja olisi tarpeeksi yksinkertainen, että logo pysyisi simppeleinä.



Kuva 6. Toinen versio logosta, johon on lisätty ikoni keskelle.

Tämän jälkeen aloitin suunnittelemaan logon reunuksia, fonttia ja värejä. Halusin fontin, joka omasta mielestäni sopisi ICT-alaan paremmin kuin perinteiset fontit. Fontiksi valikoitui Wallpoet-niminen fontti, joka löytyi Google Fonts -palvelusta. Logon reunukseksi halusin paksun mustan reunuksen, jonka sisällä on tekstit. Reunuksen sisälle halusin oman värin, jonka sisältä löytyy valkoinen ikoni. Loppujen lopuksi päädyin logoon, jossa tekstit sijoittuvat logon yläosaan ja vuosi logon alaosaan.

Saatuani logon kolmessa eri värivaihtoehdossa kuvan 7 tapaan valmiiksi, lähetin logot arvioitavaksi ICT ShowRoom 2024 -tapahtuman järjestäjryhmälle, jotka saivat valita mieluisimman värin logolle. Järjestäjryhmä päätyi keltaiseen logoon, koska sillä oli paras kontrasti mustaan väriin. Kuvassa 7 näkyy tekemäni kolme eri värivaihtoehtoa logolle.



Kuva 7. Kolme värivaihtoehtoa lopullisesta logosta.

3.4 Juliste

Julisteen suunnittelussa alussa pohdin, että juliste olisi hyvä olla yksinkertaisen mielenkiintoinen, josta selviäisi nopeasti tapahtuman nimi, minkälainen tapahtuma on kyseessä, päivämäärät, kellonaika, paikka, järjestäjät, sosiaalisen median tilit ja verkkosivun osoite.

Lähdin suunnittelemaan julistetta siten, että julisteen tausta olisi tumma ja julisteen tekstit tulisivat samalla värillä kuin logon väri. Lisäsin tekstiin sekä logoon mukaan hehkua, jotta saisin julisteesta näyttävämmän ja samalla tuotua ilmi paremmin mikä on ICT ShowRoom 2024 kilpailun väriteema. Kuvassa 8 on ensimmäinen versio infojulisteesta, jossa näkyy tapahtuman tärkeimmät tiedot.



Kuva 8. Ensimmäinen versio infojulisteesta.

Lopulliseen julisteeseen piti saada vielä lisää tekstiä, jossa kerrotaan joukkueen rekisteröimisen viimeinen päivämäärä, kilpailun palkitsemisesta sekä kilpailun järjestävien koulujen logot.

Tein kaksi eri versiota julisteesta, jossa julisteen fontit olivat erilaiset. Ensimmäisessä versiossa käytin fonttina ”Bai Jamjuree” ja toisessa versiossa ”Aperture” fonttia. Lähetin infojulisteista kaksi vaihtoehtoa ICT ShowRoom 2024 – tapahtuman järjestäjärühmälle valittavaksi, joista järjestäjärühmä päätyi ensimmäiseen vaihtoehtoon. Kuvassa 9 löytyy kaksi vaihtoehtoa fonteista, joista järjestäjärühmä valitsi mieluisimman.



Kuva 9. Kaksi vaihtoehtoa infojulisteesta.

Fonttivaihtoehtoista järjestäjärühmä valitsi vaihtoehdon 1 fontin lopulliseen julisteeseen.

Kuvassa 10 on lopulliset versiot valituista julisteista.



Kuva 10. Lopulliset julisteversiot

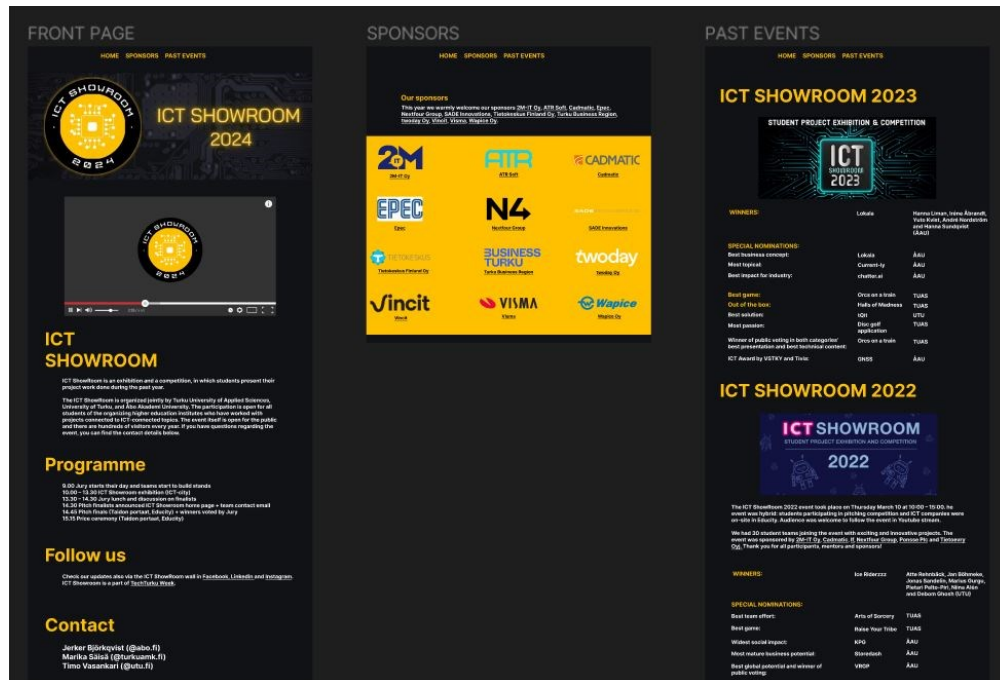
Lopullisiksi julistever시오iksi muodostui yleinen infojuliste tapahtumasta. Toinen juliste oli tarkoitettu kilpailuun osallistuville opiskelijoille, josta löytyi tarkemmat tiedot kilpailusta ja sinne ilmoittautumisesta.

3.5 Verkkosivut

Sain myös tehtäväksi suunnitella ja toteuttaa tapahtumalle omat verkkosivut. Verkkosivut koostuivat etusivusta, sponsorisivusta ja aikaisempien tapahtumien sivusta.

Aloitin verkkosivujen suunnittelun tutustumalla aiempaan verkkosivuun, josta minulle selvisi, että aiemmat verkkosivut ovat helposti navigoitavat ja yksinkertaiset. Sen jälkeen aloitin käyttöliittymän suunnitteluun siihen tarkoitettulla Figma-sovelluksella. Halusin verkkosivuille saman keltamustan väriteeman, joka oli jo viestintämateriaaleissa ja muutenkin yleisesti verkkosivujen olevan minimalistiset. Suunnittelemani verkkosivujen

käyttöliittymän ollessa valmis esittelin kyseisen työn järjestäjärhymälle ja tein vielä muutoksia järjestäjärhymän ehdotusten mukaisiksi. Kuvassa 11 näkyy Figma-sovelluksessa suunniteltu käyttöliittymä.



Kuva 11. Verkkosivujen suunniteltu käyttöliittymä

Verkkosivut toteutin Elementorilla, joka on WordPressin verkkosivustojen sivunrakennin.

Elementor on visuaalinen "page builder" eli sivunrakennin, jonka avulla saat helposti suunniteltua tyylikkäästä verkkosivut tai verkkosivun osia ilman teknistä tietämystä tai aikaisempaa kokemusta ohjelmoinnista. Elementor on erittäin monipuolinen työkalu, joka soveltuu niin aloittelijalle, kuin ammattilaiselle. Visuaalinen sivunrakennin tarjoaa simppelimmän ja nopeamman tavan luoda mukautettuja WordPress sivuja. (Aaltonen, T. 2021)

Etusivulta löytyi ICT ShowRoom -2024 kilpailusta yleisesti tietoa aikatauluineen ja osallistumisohjeineen. Sponsorisivulta löytyi tapahtuman sponsorit logojen ja linkkien kanssa. Aikaisempien tapahtumien sivulta löytyi tietoa yleisesti aiemmista tapahtumista ja palkituista kilpailijoista.

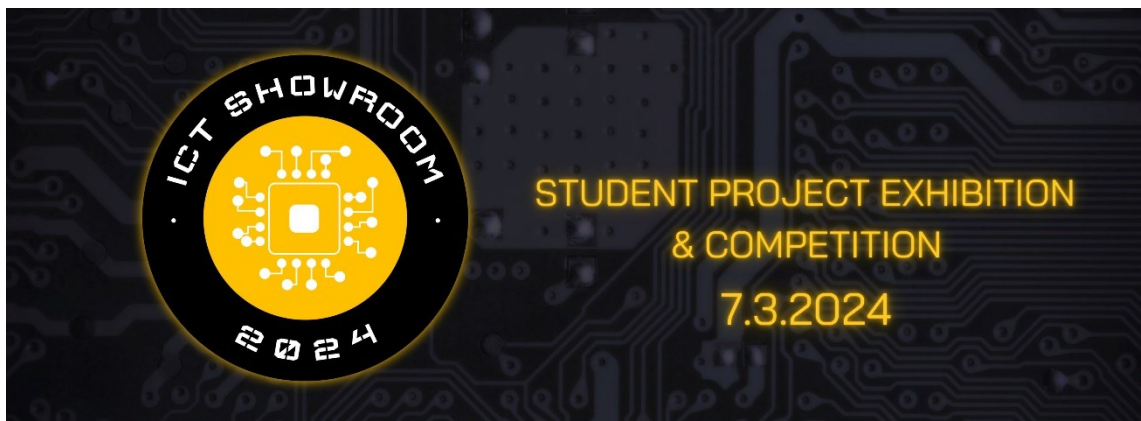
3.6 Sosiaalinen media

Suunnittelin ja toteutin uudet profiili- ja kansikuvat ICT ShowRoomin Facebookin, Instagramin ja LinkedInin tileille. Kuvassa 12 näkyy uusi profiilikuva, joka lisättiin ICT ShowRoomin sosiaalisen median tilien profiilikuvaksi.



Kuva 12. Facebookin, Instagramin ja LinkedInin tilien uusi profiilikuva.

Profiilikuvan koko oli kaikilla tileillä samankokoinen. Kuvassa 13 näkyy Facebookin kansikuva, joka lisättiin ICT ShowRoomin Facebook-tilille.



Kuva 13. ICT ShowRoomin Facebook-tilin kansikuva.

LinkedInin kansikuva erosi Facebookin kansikuvasta hieman erilaisella muotoilulla, koska LinkedInissä käyttäjän profiilikuva on hieman kansikuvan

edessä. Halusin myös, että LinkedInissä ICT ShowRoomin logo näkyisi selkeästi. Kuvassa 14 näkyy Facebookin kansikuva, joka lisättiin ICT ShowRoomin LinkedIn-tilille.



Kuva 14. ICT ShowRoomin LinkedIn-tilin kansikuva.

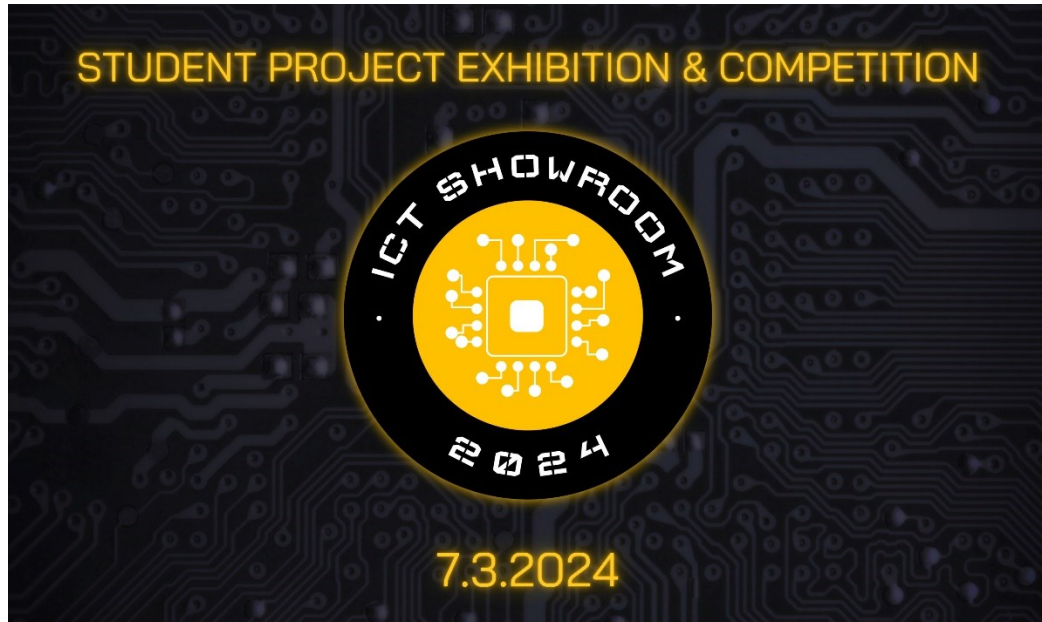
3.7 Mainoskuvat

Suunnittelin ja toteutin myös tapahtumasta mainoskuvat, jotka näkyivät Turun ammattikorkeakoulun ICT-Cityn sekä EduCityn rakennusten infotelevisioissa. Kuvassa 15 näkyy monipuolisempi mainos, joka on tarkoitettu enemmän mahdollisille kilpailuun osallistuville opiskelijoille.



Kuva 15. ICT-Cityn infotelevision ICT ShowRoom 2024 mainoskuva

EduCityn mainoskuva, josta selviäisi vain tapahtuman sisältö ja päivämäärä. Kuvassa 16 näkyy yksinkertaisempi mainoskuva, joka oli näkyvillä EduCityn infotelevisioissa.



Kuva 16. EduCityn infotelevision ICT ShowRoom 2024 mainoskuva.

Kokonaisuudessaan olin tyytyväinen tekemiini viestintämateriaaleihin.

4 Lopuksi

Opinnäytetyöni tavoitteena oli suunnitella ja toteuttaa uusi visuaalinen ilme, verkkosivut ja viestintämateriaalit ICT ShowRoom 2024 tapahtumalle. Saavutin mielestäni opinnäytetyöhöni asetetut tavoitteet ajallaan ja hyvin. Minulla oli tarpeeksi aikaa toteuttaa visuaalista ilmettä ja sain aktiivisesti palautetta järjestäjätiimiltä, mikä mahdollisti sen, että työskentelyni oli tehokasta ja sain tehtyä haluttuja muutoksia sitä mukaan, kun niitä haluttiin.

Lopputuloksena opinnäytetyön toiminnallisessa osuudessa sain suunniteltua ja toteutettua ICT ShowRoom -2024 tapahtumaan uuden visuaalisen ilmeen, verkkosivut ja viestintämateriaalit, jotka sisälsivät uuden värimaailman, logon, kaksi infojulistetta, sosiaalisen median profiili- sekä kansikuvat, että mainoskuvat Turun ammattikorkeakoulun ICT-Cityn ja EduCityn infotelevisioihin. Mielestäni sain tuotua työssäni esille ICT-alaa, selkeyttä ja erilaista visuaalisuutta verrattuna aiempiin ICT ShowRoom tapahtumien visuaalisiin ilmeisiin.

Toiminnallisen osuuden aikana opin, että uuden visuaalisen ilmeen luominen ei ole yksinkertainen ja nopea prosessi. Prosessin aikana minulla oli tilanteita, joissa olin tyytyväinen päivän aikana tekemääni työhön, mutta seuraavana päivänä kyseinen työ ei näyttänyt enää niin hyvältä, joten jouduin vielä tarkemmin tekemään työtä. Löydettyäni loppujen lopuksi visuaaliselle työlle selkeän suunnan ajatustyön ja testailujen jälkeen työtä oli mukava tehdä.

Kokonaisuudessaan visuaalisen uuden visuaalisen ilmeen suunnittelu ja toteutus ICT ShowRoom -2024 tapahtumalle oli erittäin mieluinen opinnäytetyö, koska aihe kiinnostaa minua paljon ja pääsin samalla haastamaan itseäni aiheesta. Toivon myös, että pystyn omalla visuaalisen ilmeen toteutuksellani inspiroimaan myös tulevien ICT ShowRoom -tapahtumien visuaalisen ilmeen tekijöitä. Liitteessä 1 on esiteltynä brändiohjeistus, jonka tein ICT ShowRoom 2024 -tapahtumasta. Brändiohjeistus viestintämateriaaleista helpottaa myös tulevien vuosien visuaalisen ilmeen tekijöitä.

Lähteet

Aaltonen, T. 2021. Elementor – WordPress sivunrakennin (opas). Viitattu 21.3.2024. <https://tommiaaltonen.fi/wordpress/elementor/>

Huusko, A. 2024. Mikä on brändi ja miten se vie yrityksesi menestykseen? Viitattu 23.5.2024. <https://www.alecom.fi/blogi/mika-on-brandi-ja-miten-se-vie-yrityksesi-menestykseen>

Leväinen, K. 2023. Brändiviestinnän merkitys B2B-yritykselle. Viitattu 2.4.2024.

Pohjola, J, P. 2019. Brändin ilmeen johtaminen. Helsinki: Alma Talent.

Ruokolainen, P, P. 2020. Brändikäsikirja: näin teet yritysbrändistä vetovoimaisen!. Helsinki: Kauppakamari.

Törmänen, M. 2023. Graafisen suunnittelun trendit 2023. Viitattu 21.3.2024. <https://designinspis.fi/blogi/graafigen-suunnittelun-trendit-2023/>

Virtanen, E. 2022. Milloin yrityksen visuaalinen ilme on syytä laittaa remonttiin? Viitattu 28.2.2024. <https://mbe.fi/blogi/milloin-yrityksen-visuaalinen-ilme-on-syyta-laittaa-remonttiin/>

Brändiohjeistus – ICT ShowRoom 2024

Viestintämateriaalien kuvien koot

ICT ShowRoom juliste #1ja #2 – A3 3508 x 4960 px



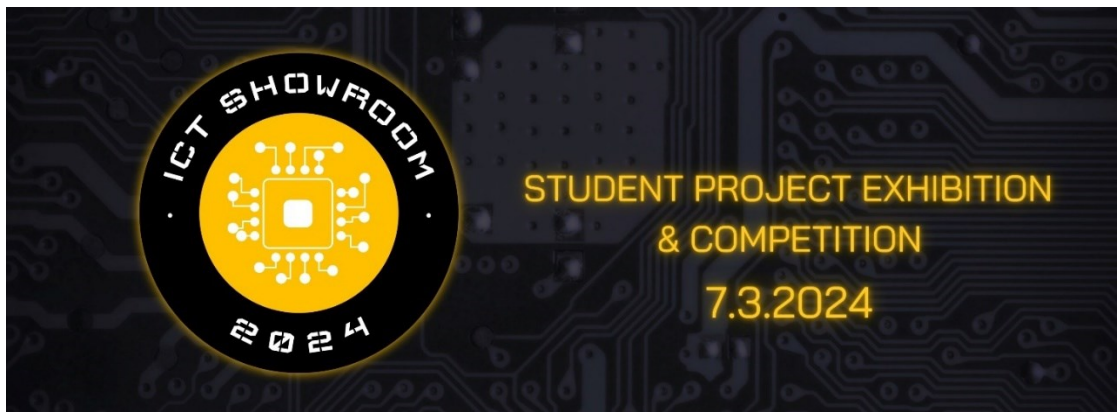
Sosiaalisen median profiilikuva – 2048 x 2028 px



Logo ilman taustaa – 500 x 500 px



Facebookin kansikuva – 2048 x 757 px



LinkedIn kansikuva – 2048 x 512 px



ICT- ja Educityn infotelevision mainos – 2048 x 1228 px



Verkkosivu mainos – 2048 x 1228 px



ICTShowroom verkkosivun header – 1280 x 720 px



Värikoodit

Keltainen: #FFC000

Musta #000000

Tumma tausta #111216 ja #25242c

Fontit

Viestintämateriaalien fontti - Bai Jamjuree

Logon fontti - Wallpoet