

Visuaalisen viestinnän opas aloitteleville yrittäjille

Tie Design 

Alkusanat

Kenelle?

Visuaalisen viestinnän opas on suunnattu henkilöille, jotka haluat oppia visuaalisen viestinnän perusasioita liiketoiminnallisesta näkökulmasta. Opas on kehitetty samanaikaisesti Tie Designin visuaalisen viestinnän valmennuksen kanssa. Valmennuksen kohderyhmänä ovat aloittelevat yrittäjät ja pienyrittäjät, jotka tarvitsevat visuaalisen viestinnän taitoja työssään.

Tavoite?

Tämän oppaan tarkoituksena on toimia väylänä visuaalisen viestinnän monimuotoiseen maailmaan. Oppaan tavoitteena on avata graafisen suunnittelun perusteita ja auttaa yrittäjiä tekemään vakuuttavia ja kohde-ryhmää puhuttelevia visuaalisia valintoja. Tämän lisäksi oppaassa kerrotaan, milloin on hyvä kääntyä ammattilaisen puoleen ja mitä on hyvä huomioida visuaalisen suunnittelun tilausta tehtäessä.

Toteutus?

Opas pohjautuu ammattitaidon piirissä olevan yleisen tiedon lisäksi Tie Designin tiimin havaintoihin ja oivalluksiin visuaalisesta viestinnästä. Oppaan tekemisessä on hyödynnetty Tie Designin visuaalisen viestinnän valmennuksen (2023) materiaalia. Ulkopuoliset lähteet ovat merkittynä kunkin sisällön yhteyteen.

Muistathan, että visuaalinen viestintä on jatkuvaa oppimista ja kehittymistä, ja että parhaimmat tulokset syntyvät kokemuksen ja kokeilujen kautta.

Oppaan tekijät: Riikka Ruotsalainen, Suvi Ferraz & Sara Fager

© 2023 Tie Design | CC BY 4.0

Palautteet ja kehitysehdotukset: info@tiedesign.fi

Sisällys

Alkusanat	2
Visuaalinen viestintä liiketoiminnassa	5
Millaista on onnistunut visuaalinen viestintä?	7
Brändi visuaalisessa viestinnässä	9
Visuaalisen suunnittelun perusteita	16
Typografia	16
Värit	20
Sommittelu	23
Visuaalisen suunnittelun tilaaminen	27
Loppusanat	29

Lyhyesti visuaalisesta viestinnästä

Visuaalinen viestintä on ajatuksen tai idean kiteyttämistä ymmärrettävään ja mieleenpainuvaan visuaaliseen muotoon

Visuaalisen viestinnän tehtävänä on herättää tunteita kohdeyleisössä ja välittää haluttu informaatio visuaalisesti selkeällä ja ymmärrettävällä tavalla. Visuaalisessa viestinnässä tarvitaan kykyä ajatella intuitiivisesti ja käyttäjälähtöisesti kohderyhmän tarpeet huomioiden.

Missä sinä olet kohdannut visuaalista viestintää?

Visuaalinen viestintä liiketoiminnassa

Kaikki alkaa liiketoiminnasta!

Visuaalisen viestinnän tehtävänä on viestiä brändistä ja liiketoiminnallisista tavoitteista. Visuaalisen viestinnän tavoitteena on edistää yrityksen strategiaa, visiota ja missiota.

Visuaalisella viestinnällä voit viestiä yritykselle merkityksellisistä asioista:

- Yrityksen palveluista
- Asiakkaalle tuottamasta arvosta
- Yrityksen olemassaolon tarkoituksesta
- Yrityksen arvoista ja kulttuurista

Mikä on sinun yrityksellesi merkityksellinen asia, josta haluaisit kertoa?



**Kun teet visuaalista viestintää, muista
kenelle suunnittelet ja mitkä ovat tavoitteesi**

Tämä auttaa luomaan viestejä, jotka ovat
kohderyhmällesi relevantteja ja houkuttelevia.

Millaista on onnistunut visuaalinen viestintä?

Onnistunut visuaalinen viestintä:

- Sisältää tavoitteen
- On selkeää ja jäsenneltyä
- Huomioi kohderyhmän tarpeet ja mahdolliset toiveet
- Herättää kiinnostuksen ja luo positiivisen mielikuvan yrityksen toiminnasta
- On intuitiivista ja avautuu välittömästi katsojalle
- On saavutettavaa ja edistää yhdenvertaisuutta

Tarkistuslista yrityksen visuaaliseen viestintään:

- ▶ Tukeeko visuaalinen viestintä yrityksen liiketoimintaa (mitä yritys tekee ja myy)?
- ▶ Antaako visuaalinen viestintä luotettavan kuvan yrityksestä?
- ▶ Onko käytetty visuaalinen materiaali johdonmukainen värien, tekstien, merkkien, graafisten elementtien ja kuvien osalta?

Brändi visuaalisessa viestinnässä

Lyhyesti brändistä

Brändi on aineetonta pääomaa, jonka tavoitteena on luoda yhteys kohdeyleisöön ja erottua kilpailijoista. Brändi on kokonaisvaltainen mielikuva yrityksestä, mikä koostuu esimerkiksi yrityksen arvoista, tarinasta ja asiakaskokemuksesta.

Visuaalisella viestinnällä vaikutetaan brändin tunnistettavuuteen ja vaikuttavuuteen. Brändin visuaalinen ilme, kuten logo, värimaailma ja typografia, tukevat brändin persoonaa ja viestivät sen arvoja.

Kun suunnittelet yrityksesi brändiä, pohdi:

Millainen on yrityksen tavoitemielikuva?

Millaista mielikuvaa tuotteista / palveluista halutaan luoda?

Mitkä ovat kohderyhmät?

Millainen brändi puhuttelee valittua kohderyhmää?

Jos brändi olisi henkilö, miten hän puhuisi ja millä tavoin hän viestisi?

Miten luoda aito, tunnistettava ja vakuuttava brändi?

- Kerro tarinasi ja näytä intohimosi sanoin ja kuvin
- Kiteytä viestisi
- Keskity laatuun ja panosta ydinsisältöön
- Ole johdonmukainen kuvavalintojen, värien ja fonttien käytön osalta
- Luo uusia yhteyksiä muiden brändien kanssa
 - pysy avoimena yhteistyömahdollisuuksille

Verkosta poimittuja esimerkkejä bränditarinoista:

Hakolan tarina: <https://hakola.fi/hakola/>

Kyrö Distillerin tarina: <https://kyrodistillery.fi/pages/kyron-tarina>

Kuinka luoda yhdenmukainen brändi-ilme?

- Tunnistamalla kohderyhmä(t) ja kohdistamalla brändi-ilme heille
- Tutkimalla, millaisia brändi-ilmeitä muilla yrityksillä on ja erottautumalla heistä. Harkitse, mikä tekee yrityksestäsi ainutlaatuisen. Erottaudu iskulauseella, asiakaslupauksella, väreillä ja kuvituksella

Tee visuaalisia sääntöjä, jotka auttavat hallitsemaan visuaalista viestintää kokonaisuutena

- Noudata brändi-ilmettä (värit, fontit, graafiset elementit jne.) kaikissa kanavissa
- Käytä brändielementtejä esimerkiksi sosiaalisen median julkaisuissa. Joskus brändielementti voi olla logo, ripaus brändiväriä tai jotakin muuta brändile tunnusomaista

Seuraavalla sivulla esimerkki Edugemsin brändi-ilmeestä verkkosivulla ja Instagramissa.



NEW! Transforming Education

School Principals ESD Training 2022

Start your journey for Education for Sustainable Development by applying to the training programme. We inform all accepted participants by September 7th, 2022.

[Apply here](#)

Teachers are in the front line of the transformation

We need every teacher's educational drive to ensure that all learners can develop a sustainability mindset and acquire the knowledge and skills needed.

This urgent need is even stated in UN Sustainable Development goal 4, target 4.7. EduGems' trainings foster systems thinking, argumentation skills, reflecting and give practical guidance how to promote change for the better. At EduGems have a holistic approach that incorporates the best pedagogical practices from the Finnish education system.



Vinkki!

- Testaa ulkoasu toisella henkilöllä – Tarkista, että lopputulos on ymmärrettävä
- Käytä brändillesi ominaista äänensävyä kirjoitetussa tekstissä, videoissa, mainoksissa jne.
- Anna brändisi kypsyä ja kehittyä. Tarkista säännöllisesti, että brändisi ja liiketoimintasi tavoitteet ovat yhteneväiset

Visuaalisen suunnittelun perusteita

Typografia, värit & sommittelu

Visuaalisella suunnittelulla pyritään parantamaan suunniteltavan kohteen esteettistä houkuttelevuutta ja käytettävyyttä kuvien, typografian, tilan, sommittelun ja värien avulla.

Lähde: <https://www.interaction-design.org/literature/topics/visual-design> Viitattu 11.12.2023.

Luettavaa visuaalisen suunnittelun peruselementeistä ja periaatteista (viiva, muoto, väri jne):

Interaction Design Foundation. Visual Design:

<https://www.interaction-design.org/literature/topics/visual-design>

Gestalt Principles (samankaltaisuusperiaate, läheisyyden periaate ja jatkuvuuden periaate):

<https://www.interaction-design.org/literature/topics/gestalt-principles>

Typografia

Typografia antaa kirjoitetulle kielelle visuaalisen muodon. On olemassa erilaisia fonttiperheitä, jotka sisältävät fontteja/kirjasintyyppejä. Fonteilla on mahdollista luoda haluttu äänensävy, joka tukee yrityksen viestiä.

Onnistuneilla fonttivalinnoilla vaikutetaan lukukokemukseen ja materiaalin sujuvaan silmäiltävyyteen sekä ulkoasun yleiseen tasapainoon.

Typografiassa huomioitavia tekijöitä:

- Fonttien luonne
- Fonttien koko ja väri
- Fonttien määrä
- Fonttien yhdistäminen

Lähde ja lisäluettava:

Orr Sivewright, Dacey publication date unknown. The Guide to Learning Typography for Graphic Design Beginners. Skillshare blog.

<https://www.skillshare.com/blog/en/the-guide-to-learning-typography-for-graphic-design-beginners/> Viitattu 11.12.2023.

Fonttien käyttö

Pidä tekstin ulkoasu tasapainoisena ja luettavana käyttämällä max. 2–3 fonttiperhettä. Huomaa: Usein jo yhdellä fonttiperheellä pärjää hyvin. Fonttiperhe sisältää erilaisia leikkauksia (fontteja). Esimerkiksi ”Calibri” on fonttiperhe, joka sisältää fontit/leikkaukset (light, regular, italic, semibold, bold).

Hyödynnä leikkauksia/fontteja mahdollisimman johdonmukaisesti. Yksi esimerkiksi näiden käytöstä voisi olla: otsikoissa bold, alaotsikoissa semibold, leipäteksteissä regular ja viittaustiedoissa light italic.

Huolehdi, että tekstin ja taustan kontrasti on silmälle miellyttävä (ei liian suuri eikä liian pieni). Voit tarkistaa tekstin ja taustan kontrastin riittävyyden **Adoben Contrast Checkerillä**:

<https://color.adobe.com/fi/create/color-contrast-analyzer>

Alla on yksi esimerkki eri fonttiperheiden ja fonttien käytöstä:

<i>Tervetuloa</i>	Script
Visuaalisen viestinnän koulutustuokioon!	Sans-serif
Tämä on leipätekstiä tämä on leipätekstiä tämä on leipätekstiä. Tämä on leipätekstiä tämä on leipätekstiä tämä on leipätekstiä. Tämä on leipätekstiä tämä on leipätekstiä tämä on leipätekstiä. Tämä on leipätekstiä tämä on leipätekstiä tämä on leipätekstiä. Tämä on leipätekstiä tämä on leipätekstiä tämä on leipätekstiä.	Serif

Esimerkissä on ”maksimimäärä” erilaisia fontteja samassa sisällössä.

Tarkistuslista typografialle

- ▶ Käytänkö helposti luettavia fontteja?
- ▶ Käytänkö johdonmukaisesti eri fontteja otsikoissa, väliotsikoissa ja leipäteksteissä?
- ▶ Onko fonttikoot riittävät (luettavan kokoiset)?
- ▶ Onko minulla riittävä värikontrasti tekstissä?
- ▶ Olenko jättänyt tyhjää tilaa otsikkotekstien ja leipätekstien/kappaleiden ympärille?

Verkkosivuja typografian opetteluun:

Yleistä typografiasta:

<https://www.graafinen.com/suunnittelu/typografia/yleista-typografiasta/>

Tietoa graafisen suunnittelun aloittelijoille:

<https://www.skillshare.com/blog/en/the-guide-to-learning-typography-for-graphic-design-beginners/>

Yleistietoa typografian monista mahdollisuuksista:

<https://www.skillshare.com/blog/en/an-introduction-to-typography/>

Tietoa fonteista ja tietoa niiden yhdistämisestä:

<https://www.canva.com/learn/the-ultimate-guide-to-font-pairing/>

Luettavaa typografian termeistä:

<https://blog.hubspot.com/marketing/typography-terms-introduction>

Instagram: @sprrint.it (UI & UX Tips, sisältää typografiaan liittyviä asioita)

Huomaathan, että oppaan sisältämät linkit saattavat vanhentua.
Suosittelemmekin etsimään verkosta aina ajantasaista tietoa ja näkökulmia aiheesta.

Värit

Väreillä on erilaisia merkityksiä. Mieti, miksi vaaleansininen ja valkoinen yhdessä saavat kuvan näyttämään “viileältä”. Entä millaisia mielikuvia väripari herättää? Ruskean ja vaaleanpunaisen yhdistelmä puolestaan tuo usein mieleen makeiset ja muut herkut.

Se, miten koemme värit riippuu mm. seuraavista tekijöistä:

- Värin varjostuksesta, värisävystä ja värin sävyasteesta
- Värien yhdistelmistä
- Värin kylläisyydestä
- Värin symboliikasta (kulttuuritekijät ja muut subjektiiviset tekijät)

Lähde ja lisäluettava: Värien merkityksistä ja symboliikan käytöstä:
Color meanings and the art of using color symbolism.

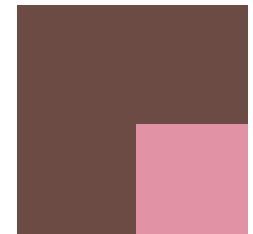
<https://99designs.com/blog/tips/color-meanings/> Viitattu 11.12.2023.

Tutustu lisää väreihin: The fundamentals of understanding color theory.

<https://99designs.com/blog/tips/the-7-step-guide-to-understanding-color-theory/>

Tutustu värien symboliikkaan:

Interaction design foundation: <https://www.interaction-design.org/literature/topics/color-symbolism>



Värien käyttö ulkoasussa

- Käytä värejä johdonmukaisesti. Noudata mahdollista graafista ohjeistoa. Sovi muiden kanssa minkälaisia värejä käytetään minkäkin tyyppisessä muodossa, toiminnossa ja/tai yhteydessä, kunkin julkaisun ulkoasun kohdalla.
- Mikäli värit eivät vielä ole vahvuutesi, pelaa varman päälle ja käytä niukempaa väripalettia vakuuttavan (tai mieleenpainuvan) ilmeen luomiseksi
- Käytä brändivärejä ja noudata graafista ohjeistoa, jos sellainen on jo olemassa. Voit käyttää brändisi pääväriä esim. logossa, otsikoissa ja suurimmissa väripinta-aloissa
- Muita brändisi väripaletin värejä ovat ns. välivärit ja tehostevärit, joita käytetään päävärin rinnalla. Käytä värejä hallitusti
- Vältä sekavaa värien käyttöä panostamalla viestin ymmärrettävyyteen ja ilmeen eheyteen. Huomioi heikkonäköiset ja värisokeat ihmiset

Tustustu saavuttavuusvaatimukseen: Saavutettavuusvaatimukset. Aluehallintovirasto. Videoita:

<https://www.saavutettavuusvaatimukset.fi/digipalvelulain-vaatimukset/opastusvideoita-wcag-kriteereista/#1-johdatus-wcag-vaatimukseen>

Adoben työkalu väripaletin luomiseen, joka huomio värisokeuden:

<https://color.adobe.com/fi/create/color-accessibility>

Tarkistuslista väreille

- ▶ Tarkista, onko otsikoissa ja leipätekstissä riittävästi värikontrastia, erityisesti jos käytät väriä värin päällä
- ▶ Ovatko jotkin värit liian kirkkaita, siten että ne vaikuttavat negatiivisesti lukukokemukseen?
- ▶ Onko värejä käytetty johdonmukaisesti ja ovatko värit keskenään tasapainossa?
- ▶ Onko värisokeus huomioitu?
Onko väriä tarvittaessa täydennetty muodolla, numerolla tai äänellä? Tutustu saavuttevuusvaatimukseen!

Sommittelu

Sommittelulla tarkoitetaan ulkoasun kokonaisasetelmaa. Sommitellessa koostetaan kuvalliset elementit – värit ja muodot yhtenäiseksi ja kiinnostavaksi kokonaisuudeksi.

Sommitelun avulla voidaan luoda liikettä, korostaa asioita, luoda tasapainoa esimerkiksi värien, viivojen, pintojen ja tyhjän tilan avulla. Sommitelun eri osat yhdessä luovat tasapainoisen ja harmonisen vaikutelman, jossa ei ole tarvetta lisäyksille tai poistoille. Sommitelun pohjana voidaan käyttää sommittelumalleja kuten kultaista leikkausta.

Lähde: Graafinen. Sommittelu. <https://www.graafinen.com/suunnittelu/yleista/sommittelu/> Viitattu 11.12.2023.

Ulkoasun sommittelussa huomioitavia tekijöitä ovat:

Tasapaino:

Värit, värin sävy, värin valoori sekä värin kylläisyys ja kontrasti vaikuttavat sommitelmaan

Jännite & dynamiikka:

Vastakohdat ja kontrastit luovat jänitteitä ja mielikuvia tapahtumasta. Esimerkkejä vastakohtapareista: kevyt-raskas, vaalea-tumma, tarkka-epätarkka

Toisto

Auttaa luomaan visuaalista rytmitystä ulkoasuun ja helpottaa informaation hahmottamista

Tehokeinot:

Koko, värikontrasti, pinnat ja kuviot

Tyhjä tila: Tyhjä tila luo selkeyttä ja antaa kokonaisuudelle tilaa hengittää

Lue lisää ulkoasun sommittelulle merkittävistä tekijöistä!

Graafinen. Sommittelu. <https://www.graafinen.com/suunnittelu/yleista/sommittelu/> Viitattu 11.12.2023.

Logon ympärillä tyhjää

Erottuva otsikko huom. Otsikko ei ole sijoitettu liian reunaan

Tyhjää tilaa kuvan tai elementin ympärillä

Esimerkki sommittelusta

Tie Design

Visuaalisen viestinnän lyhytkoulutukset

Visuaalisen viestinnän koulutustuokio
Aloittelevat yrittäjät, kesto 3 tuntia

Visuaalisen viestinnän koulutus on kehitetty aloittelevien yrittäjien tarpeiden ja toiveiden pohjalta. Koulutuksen aikana käsittelemme konkreettisten esimerkkien avulla visuaalisen viestinnän perusteita liiketoiminnallinen näkökulma huomioiden. Koulutuksessa annamme vinkkejä esimerkiksi tunnistettavan ja vakuuttavan brändi-ilmeen toteuttamiseen. Käymme läpi millaiset kuvat ja kuvitukset tukevat liiketoimintaa sekä mitä on hyvä huomioida visuaalista suunnittelua itse tehdessä ja ammattilaiselta tilatessa.

Koulutuksen kesto on 3 tuntia. Koulutus toteutetaan asiakkaan tiloissa. Koulutus on mahdollista räätälöidä asiakkaan tarpeita vastaavaksi toteutukseksi (verkko- ja hybriditoteutukset mahdollisia). Koulutuksen hinnat **alk. 890 € / per ryhmä (10–20 hlöä)**.

Koulutuksesta on saatavilla myös kolmen session työpajamuotoinen kokonaisuus, jossa otetaan mukaan käytännön tekeminen. Koulutuksen hinnat **alk. 2 700 € / per ryhmä (10–20 hlöä)**.

Tilavuokra sekä matkakulut veloitetaan erikseen. Kouluttajina toimii Tie Designin muotoilun ja liiketoiminnan asiantuntijat.



Ota yhteyttä!

info@tiedesign.fi
+358 50 544 6539

Tiedesign.fi

Erottuva väliotsikko rytmittää kokonaisuutta

Sopiva kontrasti taustan ja tekstin välillä. Luettava fonttivalinta

Tärkeiden asioiden korostaminen

Huomioväri

Erottuva linkki/kotisivuosoite

Linjojen katsominen!
Esimerkiksiteksti alkaa samasta linjasta

Pidä tekstiritvit helposti luettavina
(ei liian leveä tekstipalsta)

Tarkistuslista sommittelulle

- ▶ Onko tekstien ja kappaleiden ympärillä riittävästi tyhjää tilaa?
- ▶ Onko logon ympärille jätetty tyhjää tilaa (logo tarvitsee suoja-alueen)?
- ▶ Onko sommitelman värikontrasti riittävä (ei liian suuri tai liian pieni)?
- ▶ Onko sommitelma tasapainossa, toimiiko visuaalinen hierarkia?
- ▶ Ovatko kappaleiden ja elementtien väliset suhteet loogisia?
- ▶ Ovatko tekstit ja sommitteluelementit linjassa?

Huom. Otsikot ja tekstit eivät ole sijoitettu sivun reunaan – älä sijoita otsikoita ja tekstejä sivun reunaan, ellei tämä ole tietoinen tyylivalinta

Visuaalisen suunnittelun tilaaminen

Milloin kannattaa ostaa visuaalisen suunnittelun apua?

- Kun tarvitset visuaalisen ilmeen peruselementit ja tarvitset suppean tai laajan graafisen ohjeiston
- Kun omaa aikaa, osaamista tai kiinnostusta visuaaliselle suunnittelulle on vähän
- Isojen visuaalisten kokonaisuuksien luomisessa

Keneltä voi tilata visuaalista suunnittelua?

- Ammattilaiselta, joka on tehnyt työkseen visuaalista suunnittelua ja/ tai käynyt visuaalisen viestinnän tai graafisen suunnittelijan koulutuksen
- Yrityksiltä (mainos-, brändi- ja viestintätoimistot)

Kannattaa tutustua ennakkoon tekijän töihin. Kun tarvitset ammattimaista videokuvausta, ota yhteyttä videokuvaukseen erikoistuneeseen tekijään. Jos puolestaan etsit taittajaa tai kuvittajaa, etsi näihin erikoistunut tekijä.

Tie Design on valmis auttamaan sinua visuaalisen viestinnän haasteissa. Meidän kanssa työskentely on inspiroivaa ja tuomme yhteistyöllä ideat käyttöön. Meille voit laittaa viestiä info@tiedesign.fi ja olemme sinuun yhteydessä.



Vinkki!

Mitä huomioida visuaalista suunnittelua tilatessa?

- Kerro toiveistasi ja tarpeistasi. Kannattaa pohtia etukäteen, mitä tarvitset ja missä mahdollisesti tulet käyttämään visuaalista materiaalia
- Kerro budjettisi ja millaisessa aikataulussa haluaisit edetä
- Kerro yrityksesi tarkoituksesta, tavoitteista, kohderyhmästä ja mahdollisista olemassaolevista brändimateriaaleista
- Kerro, mitä odotat tulevalta yhteistyöltä. Tämä helpottaa sinun ja suunnittelijan välistä yhteistyötä ja nopeuttaa mahdollisen työsi valmistumista. Suunnittelija tarvittaessa tukee ja auttaa sinua päätöksissäsi

Loppusanat

Kiitos, että olet ottanut aikaa syventyäksesi visuaaliseen viestintään tämän oppaan avulla! Brändin rakentaminen, graafisen suunnittelun perusteet ja käytännön visuaalinen suunnittelu muodostavat yhdessä vahvan perustan vaikuttavalle ja yhtenäiselle visuaaliselle ilmaisulle.

Jos haluat syventää osaamistasi edelleen ja saada henkilökohtaista ohjausta, osallistu Tie Designin tarjoamiin koulutuksiin ja valmennuksiin. Näissä pääset työskentelemään käytännönläheisesti yrityksesi visuaalisen suunnittelun parissa.

Tiedustelut: info@tiedesign.fi

www.tiedesign.fi

Instagram: [@tiedesign.fi](https://www.instagram.com/tiedesign.fi)

Toivotamme sinulle innostavaa matkaa visuaalisen viestinnän maailmaan ja menestystä liiketoimintaasi!



Kiitos!