

# *White Wedding Dream*

KRISTA LUOMA / YRKESHÖGSKOLAN NOVIA / OPINNÄYTETYÖ 2017

White Wedding Dream  
© Krista Luoma

Opinnäytetyö, kevät 2017  
Yrkeshögskolan Novia, Pietarsaari  
Mediakulttuurin koulutusohjelma, valokuvaus  
Medianomi (AMK), valokuvaaja



*White Wedding Dream*





# *Sisällysluettelo*

JOHDANTO	6
THE MAKING OF	9
KUVAUKSET	19
KASVOT KAMERAN TAKANA	64
NYT PUHUTAAN BRÄNDÄÄMISESTÄ	68
KRISTA LUOMA PHOTOGRAPHY	72
LOPPUANALYYSI	76
LÄHTEET	78
Abstract in English	80
Abstrakt på svenska	81



# Johdanto

Opinnäytetyöni aiheena on morsiuspukuliike Haavemaalle toteutetut mainoskuvaukset yhteistyössä Hair&Beauty Span kanssa.

Hääkuvaus on yksi suurimmista intohimoistani henkilö kuvauksen ohella, joten työn aiheen valinta oli minulle helppoa. Halusin aiheen olevan jotain, mikä on minulle henkilökohtaisesti tärkeää ja inspiroivaa, ja mistä on minulle ja uralleni hyötyä myös tulevaisuudessa.

Työn alussa käyn läpi kuvausten valmisteluprosessia behind the scenes -kuvien ja niitä täydentävien tekstien avulla. Visuaalinen osuus koostuu kuudesta, yksittäisestä stailatusta morsian kuvauksesta, jotka on järjestetty Seinäjoen alueella talvella 2017. Kuvasarjojen yhteydessä kerron myös tarinoita ja hetkiä jokaisesta kuvaustilanteesta.

Kirjallisessa osuudessa analysoin kuvauksia ja niistä saatuja oppeja tarkemmin. Perehdyn siihen, mitä brändi tarkoittaa, miksi se on kannattavaa ja millaisia työkaluja brändäämisen toteuttamiseen kannattaa hyödyntää. Kerron myös oman yritykseni brändäämisestä ja sen tavoitteista sekä siitä, kuka minä valokuvaajana oikeastaan olen.

Työni tavoitteena on oman tyylini ja brändini vahvistaminen valokuvaajana. Olen projektin aikana saanut tehdä yhteistyötä mahtavien, taitavien ihmisten kanssa, sekä oppinut uutta muun muassa laajempien kuvausten organisoinnista. Projekti on vahvistanut tunnettani siitä, että tämä on juuri sitä työtä, mitä haluan ja rakastan tehdä myös tulevaisuudessa!



*The making of*



## PROJEKTIN VALMISTELU

Projektin alussa olin yhteydessä Haavemaahan ja tiedustelin heidän innokkuuttaan lähteä opinnäytetyöhöni mukaan. He olivat oikein innoissaan ideasta ja halusivatkin oikein mielellään osallistua työhöni. Vastauksen jälkeen oli aika ryhtyä mallien hakuun, jonka toteutin laittamalla hakuilmoitukset Instagramiin sekä Facebookiin. Nopeasti sainkin jopa lähes kolmekymmentä hakemusta, ja vähän harmitti kun tiesin, etten millään pystyisi kaikkia innokkaita ottamaan projektiin mukaan.

Lähetin sähköpostia myös Hair&Beauty Spalle, ja myös heiltä tuli myös myönteinen vastaus ja halusivat ehdottomasti olla projektissa mukana. Sain nopeasti kasattua mahtavan ryhmän toteuttamaan opinnäytetyötä ja oli ilo ryhtyä järjestelemään itse kuvauksia.

Kuvauspaikkoja olin etsinyt koko syksyn, joten mallien valinnan jälkeen minun täytyi lähinnä suunnitella tarkemmin kenet kuvaisin missäkin ja organisoida tarkemmat aikataulut kuntoon. Kävin etukäteen Haavemaassa tutustumassa heidän hääpukuvallikoimaansa ja sain heiltä melko vapaat kädet kuvien toteutuksen suhteen.







Vielä ennen virallisia kuvauspäiviä kävin tarkastamassa kuvauslokaatioita ja tekemässä viime hetken suunnitelmia.





## KUVAUSJÄRJESTELYT

Varsinaiset kuvaukset järjestettiin Seinäjoella talven 2017 aikana. Kuvauspäivät olivat melko intensiivisiä ja alkoivat aikaisin aamulla Hair&Beauty Spassa kampausten sekä meikin teolla. Yhteistyö Hair&Beauty Span naisten kanssa toimi saumattomasti ja annoin heille melko vapaat kädet toteuttaa omia visioitaan siitä, millainen meikki ja kampaus minkäkin mekon kanssa toimisi ja millaisia trendejä kesälle 2017 oli luvassa. Tarpeen vaatiessa he toteuttivat erittäin onnistuneesti myös minun ideoitani ja toiveitani.

Aamun valmisteluihin varasimme aikaa aina muutaman tunnin verran, ja sen jälkeen siirryimme mallin kanssa Haavemaahan tekemään lopulliset mekkovalinnat. Haavemaan naisten kanssa oli myös äärimmäisen helppoa

työskennellä, ja heistä oli päivien sujuvassa kulussa suuri apu. He auttoivat Haavemaassa malleille mekot päälle ja olivat palautuksen suhteen joustavia, jos emme ehtineet mekkoa heti saman päivän aikana palauttamaan takaisin liikkeeseen.

Tämän jälkeen oli aika siirtyä kohti kuvauspaikkoja. Kuvauspäivinä ilmat olivat kylmiä ja olosuhteet vaihtelevia, mutta olin tehnyt tietoisin valinnan, kun valitsin talven kuvausajankohdaksi. Itse koen, että karu, talvinen luonto voi olla jopa paljon kauniimpi kuin vihreä kesä.

Kuvauksissa minulla oli aina assistentti mukani auttamaan valaistuksen ja käytännön järjestelyjen kanssa.









*Kuvankjet*



*Sanna*

*Mekko: Haavemaa*

*Meikki: Linda / Hair&Beauty Spa*

*Kampauus: Laura / Hair&Beauty Spa*









Järjestelmällisesti siistiin riviin istutettu koivikko näyttää rauhalliselta, mutta todellisuudessa muutaman metrin päässä kulkee vilkkaasti liikennöity tie parhaaseen ruuhka-aikaan. Ohi ajavista autoista vilkuilee uteliaita silmäpareja, kun normaalina arkipäivänä kuljemme tien viertä kohti koivikkoa ja yritämme päästä ojan yli sotkeutumatta mekkoon.

Halusin ehdottomasti tulla juuri Sannan kanssa kuvaamaan tähän miljööseen, sillä Sannan punaiset hiukset olivat upea kontrasti muuten neutraaleille valkoisen, mustan ja ruskean sävyille. Välillä aurinkokin pilkahteli pilvien takaa puiden lomaan, joka toi sävyt entistä kauniimmin esille.

*Marika*

*Mekko: Haavemaa*

*Meikki: Miia / Hair&Beauty Spa*

*Kampau: Miia / Hair&Beauty Spa*



Marikan kanssa päädyimme kuvaamaan uimamontun reunaa koristaville jylhille kallion reunuksille. Miljöö sopi mielestäni erinomaisesti koristellulle, näyttävälle mekolle.

Olosuhteet kuvauspaikassa olivat melko haastavat, loska ja osittainen jääkerros eivät olleet mikään paras yhdistelmä kallioilla hyppelyyn. Varovaisuutta noudattaen onnistuimme kuitenkin toteuttamaan kuvaukset suunnitellusti ja olin lopputulokseen oikein tyytyväinen.

Pois lähtiessämme aurinko oli juuri laskemassa, ja päätinkin vielä tulla esiin pilvien takaa. Käytimme tilaisuuden hyödyksemme ja pysähdyimme matkalla vielä toisessa miljöössä - pysähtyminen todellakin kannatti, sillä laskevan auringon valo oli juuri kauneimmillaan, kun pääsimme paikan päälle!













*Senja*

*Mekko: Haavemaa*

*Meikki: Merlin / Hair&Beauty Spa*

*Kampauus: Miia / Hair&Beauty Spa*



Alkuun kuvauspaikaksi ajattelemanin laiturin nokka ei todellisuudessa osoittautunutkaan niin hienoksi ja silmääni miellyttäväksi paikaksi kuin olin suunnitellut sen olevan. Laituria ympäröivä jää houkutteli meitä testaamaan sen kantavuutta, ja uskalsimme ottaa riskin pienestä jään rätinästä huolimatta.

Käytin kuvauksissa aina mekkojen alla valkoista lakanaa suojaamassa laahusta likaantumiselta, mutta puhtaalla jäällä pystyimme nyt hetkeksi unohtamaan sen käytön ja ottamaan tilanteesta kaiken hyödyn irti.

Sonja pyörähteli upean prinsessamekkonsa kanssa jäällä minun huudelllessani ohjeita kymmenien metrien päästä. Järven reuna kohosi paljon järven pintaa korkeammalle, joten sieltä kuvaamalla sain rajattua horisontin ulos kuvasta. Olin innoissani hetkestä, sillä tuntui, että sain vangittua kuviin jotain hyvin herkkää ja kaunista, juuri sitä, mitä lähdin kuvauksilta hakemaan.













*Suzanna*

*Mekko: Haavemaa*

*Meikki: Sofia Päivö*

*Kampaus: Ira / Hair&Beauty Spa*





Susannan kuvauksiin olin varannut eniten aikaa, sillä ideana oli mennä kuvaamaan suolle, jonne parkkipaikalta kertyi vielä kävelymatkaa parin kilometrin verran.

Rankka lumisade oli juuri tyyntynyt hiljaiseksi lumihiutaleiden tanssiksi ja puun oksia koristi kaunis lumihuntu. Kävellessämme metsän läpi kohti suota painoin mieleeni kuvauspaikkoja, jotka halusin hyödyntää vielä paluumatkalla takaisin autolle. En kuitenkaan halunnut heti kylmettää mallia, joten jatkoimme lumihangessa tarpomista kohti suunniteltua määränpäättä.

Lopulta puusto alkoi harventua ja vaihtui kitukasvuisen suon kasvustoon. Halusin kuviin inspiraatiota näistä lahonneista puunrungoista, ja melko nopeasti saimmekin materiaalin kasaan. Aukiolla puhalsi kylmä viima, mutta paksussa lumihangessa tarpominen onneksi pian lämmitti meidät uudelleen kun lähdimme palaamaan metsän suojaan.

Kuvatessa vaikeuksia aiheutti hieman se, että valkoista mekkoa oli hankala saada erottumaan valkoisten lumikinosten päältä. Retki oli kuitenkin kaiken vaivan arvoinen ja sain onnistuneesti toteutettua omat visioini.











*Sanni*

*Mekko: Haavemaa*

*Kampaas: Ira / Hair&Beauty Spa*



Kuvauspaikalle saavuttuamme hennot valonsäteet siivilöityivät kauniisti oksien lävitse metsään. Paikka näytti paljon kauniimmalta kuin osasin edes odottaa, ja suunnitelmani kuvien suhteen menivät sillä hetkellä täysin uusiksi.

Hetken paikkaa silmäiltyämme näin jo mielessäni sen, mitä lopputulokselta näistä kuvauksista odotin. Oli aika keskittyä tarkasti valon käyttöön, jotta saisin nuo valonsäteet hyödynnettyä kuviin luomaan maagista, herkkää ja mystistä tunnelmaa.

Käytännön toteutus ei ollutkaan niin helppoa kuin kuvittelin - nopeasti laskeva talven ilta-aurinko sai meidät kamppailemaan aikaa vastaan. Siirsin mallia aina hieman auringonsäteiden edelle ja asettelimme mekon laahusta sillä välin, kun aurinko siirtyi oikeaan kohtaan. Muutama kuva, ja sen jälkeen tämä taianomainen valonsäde olikin jo haihtunut pois.

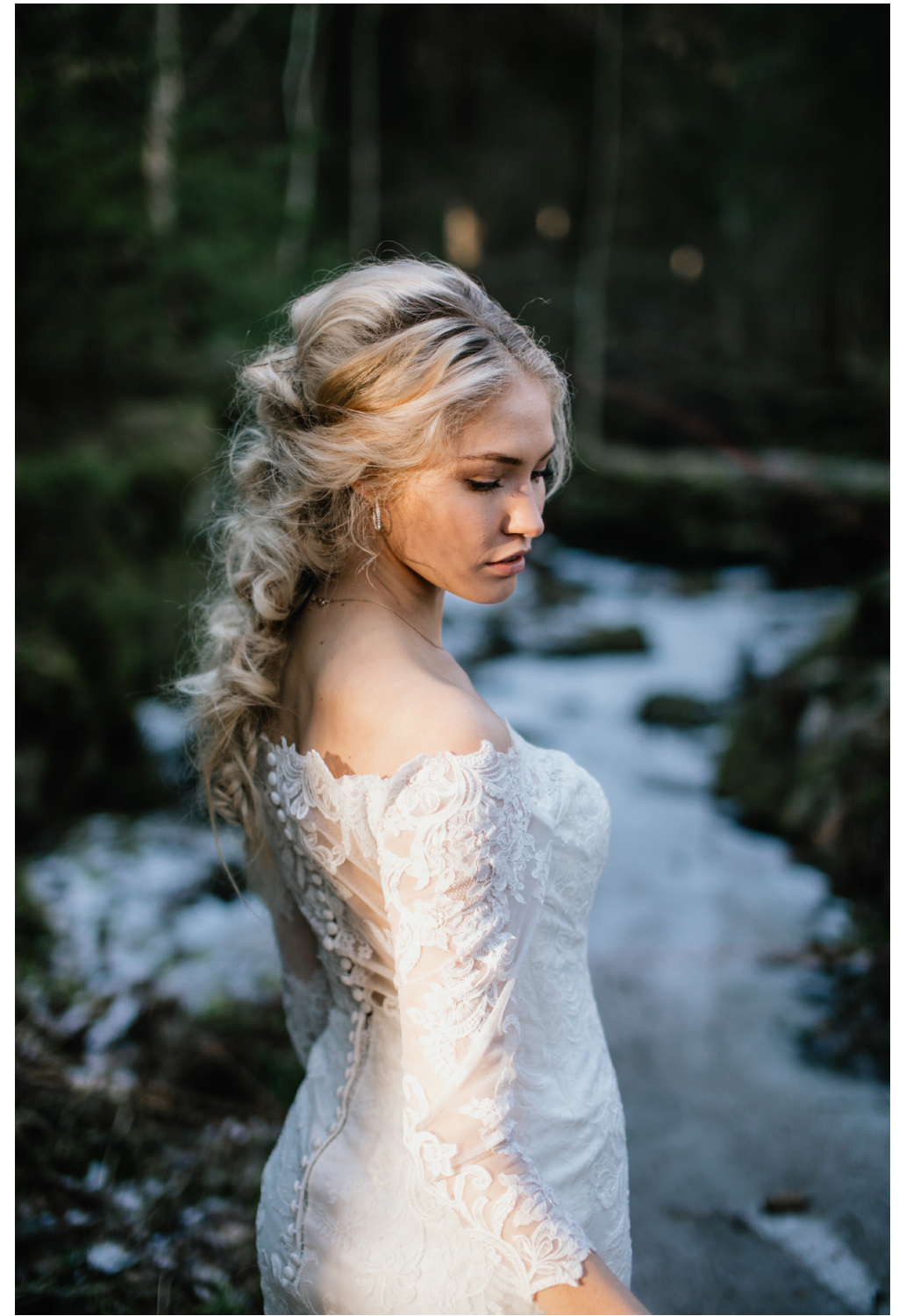
Nämä kuvaukset olivat minulle loistava oppitunti valonkäytöstä sekä nopeasta toiminnasta niin mallin ohjauksen kuin visioideni toteutuksenkin suhteen.













*Riina*

*Mekko: Haavemaa*

*Kampaas: Laura / Hair&Beauty Spa*



Lumihutaleet lentelivät sakeasti alas taivaalta, ja viiden minuutin välein saimme olla pyyhkimässä valkoista lumihuntua Riinan hiusten päältä. Haavemaasta olimme saaneet varmuuden vuoksi mukaamme valkoisen sydämen muotoisen sateenvarjon, mutta alun testailun jälkeen päädyimme kuitenkin kuvaamaan ilman sitä.

Liekö lumisateen syytä, että ihmisiä oli liikkeellä yllättävän vähän. Tämä kuitenkin helpotti kuvauksia huomattavasti, sillä aiemmin kuvauspaikoilla käydessäni ihmisiä käveli sillalla jatkuvasti ja toisen kuvauspaikan autotie oli melko vilkkaasti liikennöity.

Vaikka mallille sääolosuhteet olivat melko ikävät, pidin kovasti lumihutaleiden kuviin tuomasta tunnelmasta. Riippusiltakuvien jälkeen lähdimme kokeilemaan, onnistuuko kuvaus koivujen reunustamalla autotiellä. Meillä oli onnea matkassa, liikenne tosiaan oli hiljaista ja tuuli sai mekon laahuksen liehumaan upeasti.









## KUKA MINÄ OLEN

Kuvien takana on aina kasvot, henkilö, jolla on visio siitä miltä haluaisi lopputuloksen näyttävän ja mitä haluaa sillä viestiä. Haluan raottaa hieman verhoa näiden kuvien takaa ja kertoa hieman itsestäni ja siitä, kuka valokuvaajana olen.

Nimeni on Krista Luoma, olen syntynyt vuonna 1993 ja kotoisin Etelä-Pohjanmaalta, tarkemmin sanottuna Lapualta. Nykyään kotipaikkakuntani on Seinäjoki. Innostukseni valokuvausharrastukseen sain jo hyvin nuorena. Vuonna 2003 sain ensimmäisen oman digikamerani, kun vanhempani ehdivät kyllästyä jatkuvaan filmien osteluun ja niiden kehittämiseen. Muistan nuo ajat edelleen hyvin selvästi, kamera kulki mukani lähes joka paikkaan. Asuin maaseudulla luonnon välittömässä läheisyydessä, ja siitä luonnollisena seurauksena kuvasinkin lähinnä maisemia, luontoa ja eläimiä.

Olen aina kokenut itseni melko taiteelliseksi. Peruskoulun aikaan harrastin monta vuotta kuvataidekoulua ja opiskelin jo siellä valokuvausta ohjatusti. Lukion jälkeen hain opiskelemaan valokuvausta ammattikorkeakouluun, mutta ensi yrittämällä ei opiskelupaikka irronnut. Pääsin kuitenkin sisään Voionmaan opiston valokuvauslinjalle, joka olikin hyvin käänteen tekevä vuosi, kun mietitään tyyliäni ja tapaani valokuvata. Ennen tätä vuotta olin kuvannut ihmisiä melko vähän. Vuosi Voionmaalla sai kuitenkin minut ajattelemaan ja luomaan asioita uudella tavalla, ja vuoden jälkeen portfolioni koostui lähes täysin muotokuvista. Pääsin kuvaamaan jopa ensimmäisen hääkuvaukseni, josta sain varmasti ensimmäisen kipinäni sitä työtä kohtaan.

Opiskeluni ammattikorkeakoulussa on vahvistanut suhdettani henkilökuvaukseen entisestään, ja nykyään käytössäni on myös studiotilat Seinäjoella. Oma kuvaustyylini heijastelee vahvasti luonnosta inspiroitumista. Studiotiloista huolimatta kuvaan pääosin ulkona miljöössä, jossa koen, että ihminen on luonnollisimmillaan. Minulle on tärkeää saada kuvattava rentoutumaan kameran edessä ja tuomaan esiin aitoja tunteitaan. Käytän mielelläni kuvissa luonnonvaloa ja pyrin hyödyntämään sitä luovasti kuvauksissa.

*Kasvot kameran takana*



Tähän päivään mennessä minulle on kertynyt muiden kuvausten ohella hääkuvauksia jo noin kolmenkymmenen ikimuistaisen päivän verran ja koen, että hääkuvaus on yksi niistä tärkeimmistä ja rakkaimmista asioista minulle, mitä haluan valokuvata. Hääpäivä on yksi ihmisten tärkeimmistä päivistä koko elämässä, joka luo tietenkin kuvaajalle stressiä ja suorituspainetta onnistua. Tämä on kuitenkin myös yksi niistä syistä, miksi hääkuvauksesta niin kovasti pidän. Päivän aikana saa haastaa itsensä yhä uudelleen ja uudelleen vaihtelevissa kuvausolosuhteissa, käyttää luovuutta ja olla tekemisissä iloisten ja onnellisten ihmisten kanssa. Ennen kaikkea työ on myös äärimmäisen palkitsevaa. Olen äärettömän kiitollinen siitä, että saan kunnian ikuistaa näitä toinen toistaan upeampia päiviä!



Minä ja kummitätini Eija. Kuva otettu vanhempieni häissä vuonna 1994.



*Nyt puhutaan  
brändämisestä*

## MITÄ BRÄNDI TARKOITTAÄ

Brändi on mielikuva, joka summaa kaiken sen tiedon ja kokemuksen, joka ihmisellä on kohteena olevasta asiasta. Asia voi olla niin tuote, palvelu, yritys, tapahtuma kuin ihminenkin, oikeastaan mitä tahansa. Alunperin sana brändi (engl. brand) on kotoisin 1700-luvun Yhdysvalloista ja tarkoittaa karjan merkitsemistä polttamalla eläimen nahkaan omistajan tunnuskuviota kuumalla raudalla. Nykyaikana logoja, fontteja, värejä ja muita tietyille yritykselle tunnusomaisia piirteitä käytetään samalla periaatteella erottamaan omat ja kilpailijoiden yritykset toisistaan. (Ahto, Kahri, Kahri & Mäkinen 2016, 43; Uusitalo 2014, 24.)

Brändi sijaitsee aina vastaanottajan korvien välissä, ei yrityksessä - yrityksellä itsellään on kuitenkin käsissään työkalut, joilla brändiin ja mielikuvan rakentamiseen pyritään vaikuttamaan. Jokaisella henkilöllä voi olla brändistä oma mielikuvansa, joka on tämän oma totuus. Mielikuva saattaa poiketa muiden ihmisten mielikuvasta. Brändin perusteella tehdään myös kaikki ostopäätökset, ja brändin rooli korostuu erityisesti tiukasti kilpailluilla markkinoilla. Brändillä on suora vaikutus myös siihen, minkä hinnan asiakas on tuotteesta tai palvelusta valmis maksamaan. Kun asiakkaat kokevat tuotteen tai palvelun tuoman arvon ja siitä saatavan hyödyn korkeana, ovat he valmiita maksamaan siitä enemmän. (Ahto ym. 2016, 32, 43, 45, 51.)

## MITEN JA MIKSI BRÄNDÄTÄ

Suomalaiset ovat vaatimatonta kansaa, ja joku saattaa kokea ajatuksen itsensä brändämisestä hankalana. Brändäminen on kuitenkin nykypäivänä lähes elintärkeää, jotta yritys voidaan erottaa muista ja se voi olla kilpailukykyisempi ja uskottavampi markkinoilla. Digitalisoitumisen myötä yritysten tuotteita ja palveluita voidaan verkossa vertailla entistä helpommin, mikä on myös yksi osasy s brändin merkityksen korostumiselle. Siihen, millaiseksi brändi sitten ajan kuluessa muodostuu, vaikuttaa kaikki se, mitä brändin rakentamisen eteen tehdään tai jätetään tekemättä. Koska brändi on kokonaisuudessaan kaiken tiedon summa, kaikki yrityksen toiminta vaikuttaa siihen, millainen mielikuva asiakkaalle yrityksestä syntyy. Brändäminen vaatiikin onnistuakseen paljon jatkuvaa, monipuolista työtä ja aktiivisuutta, eikä valmista tule koskaan.



Brändin yksi merkittävimmistä tehtävistä on auttaa yritystä kasvamaan kannattavasti. Työtä helpottaa se, kun yrittäjä on jo itse määritellyt yritykselleen tavoitemielikuvan, jonka avulla haluaa erottua kilpailijoista. Tavoitemielikuvalla tarkoitetaan käytännössä yrityksen omaa tahtotilaa sekä päätöstä siitä, millainen olisi asiakaskunnan yrityksestä muodostama mielikuva ja millaiseksi yritys toivoisi oman brändinsä muodostuvan. Voidaan esimerkiksi miettiä, mitä ovat ne brändin ydinajatuksen arvot ja osaaminen, johon sen kilpailukyky perustuu. Yrityksessä tavoitemielikuvan teko kuuluu aina ylimmälle johdolle, ja kun yrityksen suunta ja toimintatavat on selkeästi saatu määritettyä, on helppo jalkauttaa nämä ohjeet myös mahdollisille työntekijöille. Näin he tietävät mitä heiltä odotetaan ja miten heidän tulisi toimia. Tavoitesuunnitelman tekeminen on yrityksen menestymisen kannalta tärkeää liiketoimintastrategian ja toimintasuunnitelmien ohella, mutta jää suomalaisyrityksissä kuitenkin yhä valitettavan usein toteuttamatta. (Ahto ym. 2016, 32, 37-39.)

Hyvä asiakaskokemus on ehdottoman tärkeä osa brändin rakentamista. Asiakas palaa mielellään sellaiseen yritykseen, joka on palvellut häntä hyvin ja josta mielikuva on jäänyt positiiviseksi. Hyvä brändi tuo suojaa yritykselle myös silloin, jos yritys tekeekin syystä tai toisesta jonkin virheen. Kohderyhmän mielikuva brändistä on yleensä suhteellisen pysyvä, eikä sitä helpolla muuteta, niin hyvässä kuin pahassakaan. Mikäli virheitä sattuu, on erittäin tärkeää, että tällaisissakin tilanteissa viestitään avoimesti ja rehellisesti ja hoidetaan tilanne heti kuntoon. Asiakaspalautetta, oli se sitten negatiivista tai positiivista, on tärkeää kuunnella ja arvostaa ja ottaa siitä oppia ja kehittyä. Nykyisille ja potentiaalisille asiakkaille voi tehdä myös mielipidekyselyitä, joiden avulla yritys saa hyödyllistä informaatiota siitä, missä mennään ja pitäisikö jostain mahdollisesti tehdä toisin. (Ahto ym. 2016, 51; Jylänki 2015.)

Brändin visuaalinen ilme ja graafinen yhtenäisyys ovat osa brändäämistä, ja myös niille tulee luoda tietynlaiset linjat, joista asiakas tunnistaa yrityksen. Viestinnässä on hyvä käyttää yhtenäistä logoa, värejä ja fontteja. Yrityksen brändiä pystyy tuomaan esille hyvin monipuolisissa yhteyksissä, esimerkiksi liikelioissa, sosiaalisessa mediassa, käyntikorteissa, vaatetuksessa ja kirjoitustyyliä. Tätä mahdollisuutta kannattaa ehdottomasti käyttää hyödyksi. Etenkin pienyrityksessä myös yrittäjällä itsellään henkilönä on suuri rooli brändin luomisessa ja siinä työssä tulee olla rohkeasti mukana – myös yrittäjä itse on mainos. Loppujen lopuksi visuaalinen ilme on kuitenkin vain hyvin pinnallinen osa brändin rakentamista eikä tällä keinolla ole edellytyksiä luoda merkityksellisiä ja pysyviä suhteita asiakkaisiin. Tärkeintä on, että yrittäjältä löytyy rohkeutta ja tahtoa erottua muista toimijoista kokonaisvaltaisesti positiivisella tavalla. (Jylänki 2015.)

Selkeys, erilaisuus, innostavuus, tavoitteellisuus ja suora kytkeä liiketoimintastrategiaan ovat ominaisuuksia, joiden hyödyllisyydestä brändin strategialle vallitsee asiantuntijoiden keskuudessa melko vahva yhteisymmärrys. Kiinnittämällä näihin asioihin huomiota, ollaan jo monta askelta lähempänä kirkasta brändiä. (Uusitalo 2014, 30-33.)

” ” *Brändin rakentaminen on työtä, jota yrityksen kaikissa osissa tehdään, jotta valitun kohderyhmän mielessä oleva brändi vastaisi mahdollisimman paljon yrityksen valitsemaa tavoitemielikuvaa* ” ”

(Mäkelä 2010, 16).



Krista Luoma  
Photography

## BRÄNDINÄ KRISTA LUOMA PHOTOGRAPHY

Brändin ydinajatukseseen tulee perustua mielestäni väistämättä ne arvot ja osaaminen, joihin yrityksen kilpailuvoima perustuu. Omien vahvuuksieni ja heikkouksieni arvioiminen ja tunnistaminen ovatkin olleet iso osa prosessia, kun olen pyrkinyt määrittelemään tavoitemielikuvaa brändilleni.

Valokuvausalalla markkinoilla olevat tuotteet tai palvelut eivät juuri eroa toiminnallisuuksiltaan toisistaan, mutta omalla osaamisellaan ja brändillään on mahdollisuuksia erottua muista. Omaan osaamiseen olenkin pyrkinyt vaikuttamaan koko ajan, niin nyt kuin tulevaisuudessakin. Brändi puolestaan käsitteenä on ollut tuttu, mutta sen rakentamiseen kuuluvat työkalut eivät ole ennen tätä projektia olleet vielä täysin hallussani. Tietotaitoa on kertynyt nyt paljon lisää.

Yhden tietoisien valinnan olen kuitenkin tehnyt jo kauan sitten, kun ryhdyin brändäämään yritystäni omalla nimelläni. Päätös oman nimen käytöstä ei ollut kovinkaan vaikea, sillä koin oman nimen käytön olevan lähimpänä sitä aitoutta, jota haluan vastaanottajille viestiä.

Kun mietin omia vahvuuksiani, tulee mieleeni vahvimpana se rakkaus ja kipinä valokuvausta kohtaan, joka minulla on ollut nuoresta saakka. Voin valehtelematta sanoa, etten ole koskaan haaveillut ammatista minkään muun alan parissa, vaikka vielä lukioaikana minua yritettiin puhua ympäri miettimään myös muita, ”järkevämpiä” vaihtoehtoja. Asian miettiminen saa minut edelleen hieman vihaiseksi, koska uskon vahvasti siihen, että elämän yksi tärkeimmistä asioista on uskoa itseensä ja pyrkiä toteuttamaan omia haaveitaan, olemaan onnellinen.

Tässä vaiheessa se suomalainen vaatimattomuus nostaa hieman päätään, mutta siitä välittämättä haluan kertoa, että olen äärettömän ylpeä itsestäni ja siitä, mitä kaikkea olen jo tähän mennessä tehnyt saavuttaakseni unelmani. Vaikein ja kivisin tie uralla on varmasti vielä edessäpäin, mutta tiedän, että se on varmasti myös se opettavaisin tie.

” Love what you do and do what you love. Don't listen to anyone else who tells you not to do it. You do what you want, what you love. Imagination should be the center of your life. ”

- Ray Bradbury



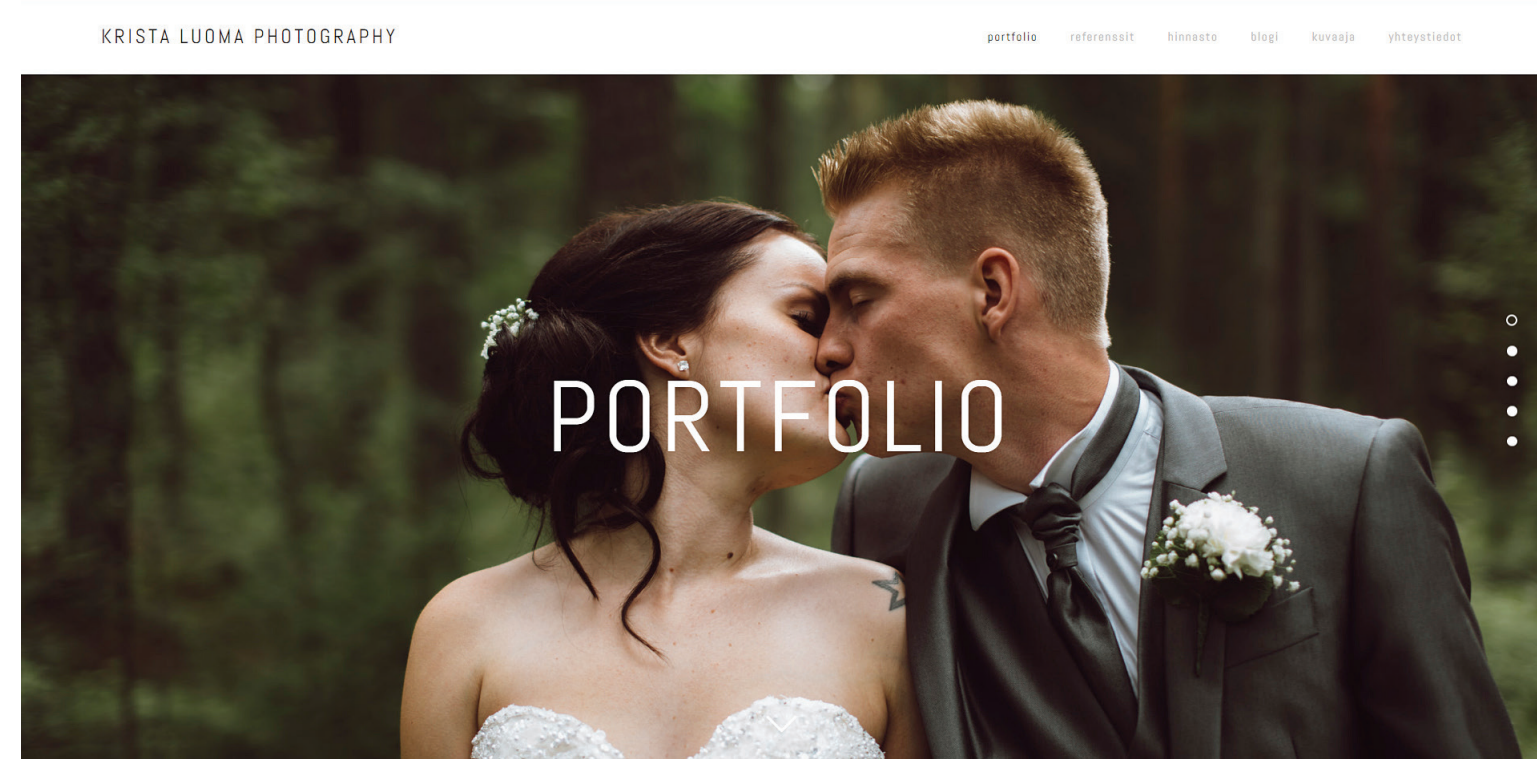
Koen, että minulla on aito ja vilpitön halu välittää asiakkaan tarpeista ja täyttää heidän odotuksensa. Otan mielelläni vastaan palautetta, kysyn sitä yleensä myös itse asiakkailtani ja suunnittelen kuvaukset heidän toiveitaan kuunnellen. Tärkeintä on luottamus ja yhteisymmärrys minun ja asiakkaan välillä.

Tämän opinnäytetyöprojektin aikana olen suunnitellut tarkemmin myös yritykseni visuaalista ja graafista ilmettä. Edellinen logoni on ollut käytössä noin muutaman vuoden ajan, mutta kaipasi mielestäni päivitystä tavoittemielikuvaani sopivaksi. Yleinen värimaailma on ollut lähinnä mustaa, valkoista ja hempeitä sävyjä, ja sillä linjalla haluan pysyä edelleen. Ruusukulta värittää nyt uudistunutta logoa mustan ja valkoisen version ohella. Väri viestii mielestäni herkkyydestä ja romanttisuudesta, mutta myös arvokkuudesta.

Uudet kotisivut olivat yksi osa brändini rakentamista. Viralliset kotisivut ovat yritykseltäni uupuneet, vaikka ne ovat mielestäni yksi iso edellytys uskottavalle brändille ja helpottavat nykyisten ja potentiaalisten asiakkaiden tarpeiden huomioimista, kun kaikki välttämätön tieto on löydettävissä yhdestä paikasta. Olen ollut nuoresta saakka kiinnostunut myös kotisivujen teosta ja graafisesta suunnittelusta, ja oli itsestäänselvää, että halusin kotisivujen ilmeen toteuttaa itse ja samalla oppia uutta. Squarespacen kautta toteutetuilla nettisivuilla sain räätälöityä sivuista juuri sen näköiset kuin itse halusin, ja useiden viikkojen työpanoksen jälkeen olen tyytyväinen.

Hollantilaisen van Brachtin mielestä valokuvaajan brändääminen ja brändin itsestään luominen on onnistunut silloin, kun kuva tunnustetaan tietyn valokuvaajan ottamaksi lukematta nimeä kuvan reunasta. "Pitäisi pysyä omassa uniikissa tyyliissään ja syventää sitä. Jos valitset kaikki tyyliä, et itse asiassa valitse tyyliä lainkaan", Rob van Brach toteaa. (Rotko 2012, 16.)

Omaa tyyliä ja brändiäni vahvistaakseni valitsinkin kuvausaiheekseni morsiuspukukuvaukset talvella. Hääkuvaukseni ovat tähän mennessä muutamia poikkeuksia lukuun ottamatta painottuneet kesälle ja syksylle. Tämä oli mielestäni loistava tilaisuus sekä täydentää omaa portfolioani, että näyttää, millä tyyllillä haluan omia visioitani toteuttaa. Projekti toi minulle paljon uusia verkostoja, näkyvyyttä ja varmistusta siitä, että tämä on juuri sitä, mitä haluan valokuvauksen parissa tehdä. Oppia uutta, suunnitella ja tehdä yhteistyötä ihanien ihmisten kanssa.





## Loppuanalyysi

Valitsin opinnäytetyön kuvausajankohdaksi talven kauniin kesän sijaan, sillä suurin osa häävalokuvuusportfolioni materiaalista on kuvattu kesällä parhaan hääsesongin aikaan ja silloin, kun ulkona on luonto kauneimmillaan. Halusin kuvauksilla tuoda monipuolisuutta portfoliooni ja osoittaa, että karut olosuhteet eivät ole este onnistuneille ulkokuvilla.

Pyrin joka kuvauksessa oppimaan jotain uutta, sillä kuvaustilanteet harvoin ovat täysin samanlaisia. Mielestäni itseään ei haasta tarpeeksi, jos kangistuu aina samoihin, hyviksi todettuihin kaavoihin. Kuvausolosuhteet projektin kuvauksissa olivatkin hyvin vaihtelevia, ja loivat sopivasti monipuolisia haasteita minulle valokuvaajana. Olen erittäin tyytyväinen kuvauspaikkojen valintoihin. Tämän projektin ansiosta uusia kuvauspaikkoja löytyikin valtavan monta, mistä on hyötyä myös tulevaisuuden kuvauksia ajatellen.

En ole aikaisemmin itse organisoinut näin mittavia kuvauksia, joissa on ollut myös yhteistyökumppaneita mukana. Projektin aikana opinkin paljon siitä, kuinka organisoida monta liikkuvaa osaa, järjestellä aikatauluja ja saada kaikki onnistumaan.

Sekä Haavemaa että Hair&Beauty Spa olivat tyytyväisiä kuviin, ja sain heiltä positiivista palautetta kuvista, niiden tunnelmasta ja valonkäytöstä. Tämä projektin lopputuotteena oleva kirja on esillä myös heidän liikkeissään ja asiakkaiden luettavissa. Kuvia käytetään markkinointitarkoituksessa sekä heillä, että itselläni.

Tämä opinnäytetyö opetti minulle paljon uutta myös brändäämisestä ja kiinnostus oppia aiheesta edelleen lisää on suuri. Aihe motivoi minua oman yritykseni kehittämiseksi ja olen hyvin tyytyväinen aihevalintaani.



# Lähteet

Ahto, O., Kahri, A., Kahri, T. & Mäkinen, M. (2016) Bulkista brändiksi: Käsikirja kasvuun ja kannattavuuteen. Jyväskylä: Docendo.

Jylänki, S. (2015) Pienyrityksen brändäys. Viitattu 2.3..2017.  
<http://www.redesan.fi/pienyrytyksen-brandays/>

Mäkelä, M. (2010) Brändi kulmahuoneeseen! Helsinki: WSOYpro

Rotko, L. (2012) Brändää itsesi! Journalisti 6, 16-17. Viitattu 2.3.2017  
<http://journalistiliitto-fi.directo.fi/journalisti/lehti/2012/06/artikkelit/brandaa-itsesi/>

Uusitalo, P. (2014) Brändi & Business. Helsinki: Mainostajien Liitto



# Abstract in English

The subject of my thesis is commercial photoshoot for bridal shop Haavemaa in cooperation with Hair&Beauty Spa. I wanted the subject to be something that is inspiring and important for me and the project will be useful for my career in the future. Wedding photography is one of my biggest passions, so the choice of my subject was quite easy.

The visual part consists of six separate photoshoots of styled brides, which are arranged in the Seinäjoki region in winter 2017. Along with the pictures I tell the stories and moments from the photoshoots. In the written part I analyze more precisely the shoots and what I learned during those. I focus on what the brand means, why it is profitable and what kind of tools you can use for the branding. I tell who I really am as a photographer and how I'm branding my own company.

The goal of my work is to strenght my own style and brand as a photographer. During the project I have had possibility to work with amazing and talented people and I have learned much about organizing photoshoots. The project has confirmed the feeling of the fact that this is precisely the work that I want and I love to do.

# Abstrakt på svenska

Mitt examensarbete handlar om ett kommersiellt arbete jag gjort för bröllopsbutiken Haavemaa i samarbete med Hair&Beauty Spa. Då bröllopsfotografering är något jag verkligen brinner för, så var det lätt för mig att välja ämne för mitt examensarbete. Jag ville att ämnet för mitt examensarbete skulle vara något som är inspirerande för mig och något jag har nytta av i min framtida karriär.

Den visuella delen består at sex separata fotosessioner tagna under vintern 2017 i Seinäjokiområdet. Jämsides med bilderna berättar jag om de enskilda tagningarna och vad som hände under dem. I textdelen analyserar jag mera precist fotosessionerna och vad jag har lärt mig under projektet. Jag fokuserar på skapandet av en företagsidentitet och betydelsen av att skapa verktyg för att utveckla sitt eget produktnamn. Jag berättar om vem jag är som fotograf och hur jag marknadsför mitt eget företag.

Målsättningen med mitt examensarbete är att stärka min egen fotografiska stil som fotograf. Under detta projekt har jag haft möjligheten att arbeta med verkligt talangfulla människor och jag har lärt mig mycket hur man organiserar fotosessioner. Projektet har bekräftat känslan jag har haft att detta arbete är det jag älskar att göra och det som jag kommer att arbeta med i framtiden.



# Kiitos!

Suuri kiitos *morsiuspukuliike Haavemaalle*, joka uskoi upeat mekkonsa käyttööni. Kiitos *Hair&Beauty Spalle*, jonka ihanat naiset loihivat malleille mielettömän kauniit meikit ja kampaukset kuvauksiin.

Kiitos *Riinalle, Sannille, Marikalle, Sannalle, Susannalle ja Sonjalle*. Teitä parempia malleja en olisi voinut toivoa, kun uhrauduitte kylmästä pakkassäästä huolimatta tekemään parhaanne kamerani edessä. Kiitos *Mikalle*, joka autoit minua kaikin tavoin kuvausten kanssa ja olit tukenani tämän projektin toteutuksessa.

Kiitos opinnäytetyöohjaajilleni, Yrkeshögskolan Novian valokuvauslinjan opettajille *Lars Rebersille* sekä *Emma Westerlundille*. Kiitos kaikesta ajastanne, rakentavasta kritiikistänne, tuestanne ja ideoistanne, kun suuntani oli hukassa.

Nöyrä kiitos vielä *jokaiselle*, joka on tukenut, uskonut ja auttanut minua unelmieni tavoittelemisessa, opiskeluissani sekä tämän opinnäytetyön tekemisessä!

**Krista Luoma**  
**[krista@kristaluoma.com](mailto:krista@kristaluoma.com)**