

X-Off Ky

Yritysgrafiikkaa persoonallisesti

Paikallisen yrityksen graafisen ilmeen uudistus

Enni Kavonius

Kulttuurialan opinnäytetyö
Kuvataide
Kuvataiteen koulutusohjelma
Kuvataiteilija (AMK)

2017

Viestinnän ja kulttuurin ala
Kuvataiteen koulutusohjelma
Kuvataiteilija (AMK)

Tekijä	Enni Kavonius	Vuosi	2017
Ohjaaja	Eija Rajalin		
Toimeksiantaja	Ville Kanto		
Työn nimi	X-Off Ky		
Sivu- ja liitemäärä	16 + 12		

Tavoitteeni oli suunnitella uusi ulkoasu graafista virkistystä ja uutta ilmettä kai-
paavalle paikalliselle yritykselle, sähkötalo X-Offille. Yhteistyö toimeksiantaja
Ville Kannon kanssa on kestänyt lähes koko vuoden, ja graafikon työsuhde jat-
kuu valmistumisen jälkeen.

Opinnäytetyössäni käsittelen ammattitaitoa edistävän harjoitteluni tärkeimpiä
osia: verkkosivugrafiikoita ja logoa.

Haasteena työssä oli suorittaa toimeksiantajan toiveiden mukaisesti näyttävät,
asialliset ja varteenotettavat grafiikat käyttämättä kuitenkaan yritysgrafiikan ta-
vallisimpia sääntöjä esimerkiksi väriteemojen suhteen vaan tavoitteena oli rik-
koa verkkosivusuunnittelun normeja epätavallisemmalla väripaletilla.

Lopputuloksena oli toimeksiantajan hyväksyntä ja sopimus jatkotöille. Työssä
sain käyttää luovuuttani vapaasti ja sain sopivan tasoista haastetta, koska
suunnittelu oli osa opinnäytetyötä. Sain myös lisää kokemusta verkkosivugrafi-
koiden luomisesta.

Asiasanat

graafinen suunnittelu, web-design

School of Business and Culture
Degree Programme in Visual Arts
Bachelor of Visual Arts

Author	Enni Kavonius	Year	2017
Supervisor	Eija Rajalin		
Commissioned by	Ville Kanto		
Title of thesis	X-Off Ky		
Number of pages	16 + 12		

My main objective of my thesis work was to design new website graphics and a logo for a local company, called X-Off, with an urgent need for a new look and feel. I have been working for almost a year now with the X-Off manager Ville Kanto and will continue after the graduation as their main graphic designer.

I designed the look for a website, a new logo, company stickers and calling cards among other things. In the future, I will start working on a graphic user interface for electronic devices.

In my thesis work, I discuss the most important parts of my work, the website design and the new logo, which are the most urgent and most visible aspects to the public. I deal with basic logo design and web design rules and common practices.

I challenged myself to honour my commissioner's wishes and designed a proper and professional look of the website. When designing and completing my work, I avoided the most common solutions and used more unconventional styles regarding colour palettes to create a daring look full of personality.

In the end, my designs received my manager's approval. I had an opportunity to use my creativity freely, and I found this to be sufficiently challenging to my taste. Additionally, I garnered some more overall experience in graphic design for websites.

Key words

graphic design, web design

SISÄLLYS

1 JOHDANTO	6
2 LOGO	8
2.1 Hyvää logosuunnittelua.....	8
2.2 Oma prosessi.....	8
3 VERKKOSIVUT	10
3.1 Vanhat sivut ja kehityskeskustelu	10
3.2 Tyypillistä verkkosivusuunnittelussa	10
3.3 Oma prosessi.....	12
4 POHDINTA	14
LÄHTEET	15

KÄYTETYT MERKIT JA LYHENTEET

Adobe Photoshop CC kuvankäsittelyohjelma jolla voi myös piirtää, kuvittaa, muokata ja 3D-mallintaa

layer työskentelytaso Photoshop-ohjelmassa, ikään kuin läpinäkyvä kalvo

opacity läpinäkyvyys

teksturointi pintakuviointi

monokromaattinen yksisävyinen

1 JOHDANTO

Vierailin puolisoni kanssa hänen esimiehensä, Ville Kannon, luona muissa asioissa, ja heidän keskustellessaan työasioista kääntyi Kanto puoleeni. Hän oli kuullut koulutushistoriastani media-assistenttina ja menneistä harjoittelukokemuksistani IT-firmassa, ja esitti minulle tarjouksen: hänellä oli tarve päivittää yrityksen verkkosivut ja siinä samalla yrityksen kokonaisilme. Päädyin käyttämään harjoitteluni töitä opinnäytteessä opettaja Eija Rajalinin ehdotuksesta. Tässä opinnäytetyössä käsittelen työprosessiani, jossa tavoitteeni oli luoda sähkötalo X-Off Ky:lle uusi visuaalinen ilme – logo ja verkkosivu. Suunnittelu tapahtui limittäin, ja kummankin – sekä logon että sivun – suunnitteluprosessit vaikuttivat toisiinsa.

X-Off Ky on torniolaisen yrittäjän Ville Kannon vuonna 2007 perustama paikallinen sähkötalo, joka tarjoaa palveluita aina tietotekniikasta pienen elektroniikkaan, esimerkiksi tietokoneasennusta ja tietoliikenne, valvomoratkaisuista sähkövoimatekniikkaan.

Aihe kiinnosti minua aiempien töitteni vuoksi. Olen suunnitellut verkkosivuja aiemminkin ja pidän verkkosivusuunnittelua mielenkiintoisena ja sopivan haastavana työnä. Verkkosivut kertovat suoraan yrityksestä ja sen tarjoamista palveluista, ja on mielestäni kiinnostavaa tutkia, millaiset esteettiset ratkaisut sopivat millekin tilaajalle ja kuinka saada suunniteltua sekä toimivat että hyvännäköiset sivustot. Näen näissä myös tilaisuuden kehittää itseäni suunnittelijana ja graafikkona ja kerätä lisää työkokemusta. Toimeksiantajan motivaationa yhteistyössä on yrityksensä ilmeen kohentaminen.

Tutkin tyypillistä yritysgrafiikkaa seuraamalla muita yrityksiä, näiden mainontaa ja visuaalista ilmettä, niiden logoja ja verkkosivuja jotta voisin soveltaa oppimaani tähän tilanteeseen luomalla toimivan ratkaisun toimeksiantajan toiveiden mukaisesti. Täten kehitän sekä yrityksen visuaalista ilmettä, että omia taitojani

ja visiotani. Perehdyin alan kirjallisuuteen sekä verkkojulkaisuihin vastaavista aiheista.

2 LOGO

2.1 Hyvää logosuunnittelua

Hyvä logo on oleellista yrityksen imagolle ja mainonnalle (Cass 2009). Logo, eli logotyyppi, on silloin toimiva kun sitä voi käyttää sekä värillisenä että mustavalkoisena ja se näyttää hyvältä kumpanakin versiona (Paget 2015). Liian monimutkaiset ja kirjavat logosuunnitelmat saattavat niin sanotusti puuroutua helposti ja tuntua sangen ahtailta, kun ne muutetaan värittömään muotoon, varsinkin jos värisävyt ovat alun perin liian lähellä toisiaan (Simmons 2006, 21).

Logo on myös yksi tärkeimmistä yrityksen imagon luojista. Logon on ehdottomasti oltava yrityksen toiminnalle relevantti ja mukailla sitä, ettei se luo vahingossakaan vääriä mielikuvia katselijoille ja johda kuluttajia harhaan (Cooper 2013). Tästä yhtenä esimerkkinä on hieno ja tyylikkäästi toteutettu teollisuuden ja rakentamisen ympäristöpalveluihin keskittyneen Delete-konsernin logo (Liite 11), joka koostuu sinisestä delete-tekstistä ja tietokoneen käytössä nähdystä punaisesta pallosta. Pallon sisällä on valkoinen ruksi, symboli, joka tarkoittaa tavallisimmin vaikkapa selainikkunan tai sovelluksen sulkemista. Konserni yrittää viitata nimellään ja logollaan palveluihinsa ja siihen, kuinka he ”poistavat ongelmamme” (Delete 2017). Viittaus ei ole selkeästi ymmärrettävä, koska nimi ja punainen ruksimerkki viestivät voimakkaasti tietotekniikan alasta, sillä nämä elementit automaattisesti assosioituvat tietokoneen käyttämiseen. Merkki antaa virheellisen mielikuvan IT-alan yrityksestä, eikä esimerkiksi purkutöistä, kiinteistön puhdistuksista tai rakennusalan töistä.

2.2 Oma prosessi

X-Off Ky:n vanha logo oli pelkkä yksivärinen teksti Arial-fontilla, jossa ei ollut suuremmin tyyliä, joten halusin uudistaa myös sen. Yritin kuitenkin aluksi mukailla toimeksiantajani tekemän vanhan alkuperäisen logon yksinkertaista linjaa (Liite 6) jotta en poikkeaisi siitä liiaksi, mutta tehtyäni useampia tämän

kaltaisia tyypillisiä fonttiversioita, huomasin kaikkien näyttävän melko samanlaisilta. Ollessani lopuksi tyytymätön näihin ensimmäisiin vedoksiin aloitin alusta ja halusin tuoda logoon sävyn firman toiminnasta.

Ihan aluksi valitsin tekstiin fontin, joka muistuttaa digitaalikellojen numeroita, luodakseni mielikuvaa sähkö- ja elektroniikkatöistä. Sähköfirmalle jokseenkin tyypillinen ja yleinenkin design on käyttää piirilevytyyppisiä elementtejä (Campean 2013), ja tämä klassinen ratkaisu on syystäkin toimiva.

Sovitin piirilevyille ominaista johdinkuviota imitoiden tätä piirtämällä, muodostaen niistä yrityksen nimen X-kirjainta muistuttavan kuvion (Liite 7), ja liittämällä tämän yhteen digityyppisen tekstin kanssa.

Jalostin tätä ideaa pidemmälle muihinkin versioihin, kääntämällä piirtämäni X-kuvion vaakatasosta pystyyn, sekä piirtämällä johdinkuviota uusiksi ja monistaen tätä, jotta piirilevyidea välittyisi paremmin. Toimeksiantaja valitsi tämän viimeisimmän (Liite 9) mieleisekseen. Varsinainen logo on kultasävyinen, josta muuntelin myös harmaasävyversion varmistaakseni sen toimivuuden myös värittömissä olosuhteissa. Viimeiseksi valmistelin myös monokromaattisen muunnelman, jota voi turvallisesti käyttää printtimediassa, kuten vaikka laskutusohjissa.

3 VERKKOSIVUT

3.1 Vanhat sivut ja kehityskeskustelu

Tutkimme yhdessä Kannon kanssa yrityksensä vanhoja verkkosivuja ja keskustelimme tarvittavista muutoksista ja hänen toiveistaan. X-Off Ky:n edelliset sivut olivat liki kymmenen vuotta vanhat, ja ne oli tehty vain nopeasti kiireelliseen tarpeeseen yrityksen ollessa tuore vuonna 2007.

Vaikka kaikessa yksinkertaisuudessaan vanhat sivut olivat suhteellisen tyylikkääät ja toimivat, oli ulkonäköpäivitys seuraavalle vuosikymmenelle silti haluttu. Vanhat sivut olivat punaharmaat mustalla pohjalla, ja nämä oli toteuttanut henkilökohtaisesti toimeksiantajani, yrityksen perustaja, Ville Kanto Windows Paint -ohjelmalla. Tämä on alkeellinen piirustusohjelma, jolla voi tehdä hyvin yksinkertaisia tuotoksia, mutta Paintilla tehdyt grafiikat eivät mielestäni näytä hyvältä, vaan ovat monesti huonoresoluutioisia ja rosoisia.

Kannon ollessa yhä kuitenkin jotakuinkin tyytyväinen vanhojen sivujensa ulkonäköön hän halusi minun säilyttävän hänen suunnittelemansa vanhan ulkoasun tummanpuhuvan väriteeman tyyppillisemmän vaalean sijaan. Hyvilläni tähän ratkaisuun totesin olevani hänen kanssaan samalla kannalla ja olevani henkilökohtaisesti sitä mieltä, ettei mikään ole kliseisempää ja kulutetumpaa yritysten verkkosivusuunnittelussa kuin perinteinen vaalea, eritoten sinivalkoinen ulkoasu, olkoonkin että sivut ovat raikkaan ja asiallisen näköiset.

3.2 Tyypillistä verkkosivusuunnittelussa

Aiemmin IT-yrityksessä työskennellessäni verkkosivujen parissa sekä myös itse vapaa-ajalla Internetiä käyttäessäni olen törmännyt lukuisten yritysten verkkosivuihin, joissa esiintyy kuvailemani vaalea ja minimalistinen ulkoasu. Minimalistinen esteettinen liike on vaikuttanut suunnitteluun näkyvästi, ja korutonta tapaa suositaan. (Thorlacius 2007, 71.) Tyypillisesti yritysten sivut pyrkivät olemaan

minimalistiset tarjoten kuitenkin kaiken tarpeellisen informaation tiiviisti. Ne pyrkivät myös olemaan mahdollisimman virtaviivaisen ja kevyen näköiset. Yleisesti virtaviivaisuus ja keveys saavutetaan käyttämällä hyvin vaaleita värejä, useimmiten valkoista.

Siniset sävyt valkoisella pohjalla ovat erittäin yleiset ja suositut, ja olen itsekin asiakkaan pyynnöstä suunnitellut tällaiset vertaistukipalvelu Raahen Kipur ryhmälle ry:lle (Liite 12). Käytettäviä värejä valittaessa verkkosivusuunnittelussa hyödynnetään usein niin sanottua ”värien psykologiaa”, esimerkiksi sininen väri huokuu luotettavuutta ja viestii ammattitaidosta ja vakaudesta, vihreä rauhallisuudesta, luonnonläheisyydestä ja terveydestä, keltainen luo kuvaa energiasta ja optimistisuudesta, punainen dynaamisuudesta tai aggressiivisuudesta (1stwebdesigner. 2016).

Värien ja yleistunnelman lisäksi sivuissa täytyy ottaa myös huomioon luettavuus ja selkeys välttämällä verkkosivusuunnittelun tyypillisimpiä virheitä (Smith 2016). Klassisia virheitä verkkosivuissa ovat ainakin muun muassa liian epäselvä tai pieni fontti liian pienellä rivivälillä sekä liian monen eri fontin käyttö yhtäaikaisesti, tai tekstin ja taustan liian pieni kontrasti toisiinsa nähden, jolloin tulos on epäselvä ja hankala lukea (Korpela 2010, 18). Myös taustakuvat väärin käytettyinä voivat vaikeuttaa sivustojen selkeyttä tunnelman luomisen sijaan, mitä taustakuvien käytöllä yleensä haetaan. Varomaton taustakuvien tai muidenkaan kuvien asetteleminen vie huomion sivuston päätarkoitukselta ja voi häiritä niinkin paljon, ettei asiatekstiä saa luetuksi, koska asetteleminen vie sivuston lähes katselukelvottomaksi.

Suunnittelussa on huomioitava myös verkolle luonteenomaiset muuttujat, kuten kuvaruutujen vaihtelevat ominaisuudet, esimerkiksi resoluutio. Sivut näyttävät erikokoisilla näytöillä erilaisilta, ja tämä on otettava huomioon asetelmallisista syistä (Korpela 2010, 21). Nykyään mobiililaitteiden yleistyttyä on sanomattakin selvää, että tarvitaan myös mobiilikelpo sovitut verkkosivustot. Aiemmin tavattiin tehdä erillinen mobiiliversio sivustoista, mutta nykyään sivut suunnitellaan suoraan mukautuviksi ja eri alustojen mukaan skaalautuviksi. Tämä on responsiiv-

vista suunnittelua. Responsiivinen suunnittelu tarkoittaa sivupohjan mukautumista käyttäjän selainkokoan, joten sivusto on selattavissa ilman suurentamista ja pienentämistä millä tahansa laitteella, mobiililla tai pöytäkoneella. Sivujen vaakatasossa rullaamista pyritään välttämään. (Lieska-Tuotanto Oy. 2013)

3.3 Oma prosessi

Työskentelyalustana käytin Adobe Photoshop CC –ohjelmaa, koska omistan tähän lisenssin ja koska se on muutenkin pääasiallinen työohjelmani, jonka käytön osaan luontevasti. Ohjelman käytön syynä on helppokäyttöisyys, ja toimeksiantajani tarkoituksena on luoda vain kuvista koottu yksinkertainen HTML-sivu. Minun tehtävänäni on luoda visuaalinen ulkonäkö ja grafiikat, layout, jonka toimeksiantaja sitten itse kokoaa. Päivitettävyyttä ei hänen mukaansa tarvita, vaan sivusto tulee olemaan staattinen vain muutamalla linkillä ja sisältää pelkästään esittelyn yrityksen toiminnasta ja yhteystiedot. Tein verkkosivusuunnitelman pohjan oman näyttöni kokoon ja resoluutioon varmistaen täten tyypillisen näytön kuvasuhteen ja sijoitin sitten sivuston elementit tähän pohjaan.

Ensimmäisessä suunnitelmassa (Liite 1) mukailin X-Off Ky:n sivujen vanhaa, alkuperäistä ulkoasua mahdollisimman pitkälle vaihtamalla linkkipalkin kaaren punaisen värin ja logon mustan värin keskenään, jolloin logosta tuli punainen ja linkkipalkin kaaresta musta. Näin linkkipalkki ei vie liikaa huomiota eikä logo huku huomiottomana harmaaseen taustaan. En kuitenkaan ollut tyytyväinen tähän, koska suunnitelma oli mielestäni liian yksinkertainen ja mitäänsanomaton eikä miellyttänyt esteettisesti silmääni, joten jatkoin eteenpäin.

Ensimmäisen suunnitelman ollessa sangen paljas halusin taustalle jotain. Toisessa suunnitelmassa (Liite 2) suurensin logon siirtämällä sen oikeaan reunaan ja pudotin layer opacityn murto-osaan oletusasetuksesta joka on 100 %. Siirsin myös linkkipalkin vasemmasta sivusta yläreunaan koko sivun mittaisesti ja loin sen alle teksturoidun kaistaleen, joka muistutti harjattua terästä. Kumpikin osa-

puoli oli tähän suunnitelmaan tyytyväinen, mutta toimeksiantajan puolesta tuli lisäksi pyyntö kokeilla keskitettyä tyyliä sivustoon.

Seuraavassa suunnitelmassa (Liite 3) siirsin tekstin keskelle ruutua neutraalin väriseen tummaan laatikkoon. Halusin tuoda firman luonnetta esiin ja hain käytöväpaita kuvituskuvia. Löysin yrityksen henkeen sopivan kuvan piirilevystä jonka sovitin taustaan. Punainen väri ei enää oikein mielestäni sopinut tähän koska teki liian painostavan tunnelman sivustolle. Vaihdoin kuvan sävyä oranssiksi, josta toimeksiantaja piti niin paljon, että halusi loputkin suunnitelmat samankaltaisiin sävyihin. Yrityksen pääasiallinen väri oli nyt virallisesti muutettu, ja työskentely helpottui.

Piirilevytausta oli yrityksen teemaan sopiva, mutta koin sen kuitenkin vievän turhan paljon huomiota ja olevan hieman levottoman oloinen. Säilytin toivotun ”kelluvan” tekstikentän seuraavaan suunnitelmaan (Liite 4) ja vaihdoin piirilevytaustakuvan hieman rauhallisempaan. Yleisilmeestä tuli nyt hieman tummanpuhuvampi, mutta myös hillitympi. Poistin edellisen harjattu teräs -tekstuurin ja tein tilalle leveämmän ja hillitymmän palkin, johon mahdutin yrityksen uuden logon. Siirsin linkit alareunaan ja vaihdoin niiden värin keltaoranssiksi logon hengessä. Toimeksiantajani oli erittäin tyytyväinen tähän suunnitelmaan, ja lyötyään tämän toistaiseksi lukkoon, pyörittelin vielä ideoita päässäni. Päädyin lopputulokseen, että kyseinen suunnitelma on liian tumma ja luotaantyöntävä, vaikkakin kuulemma edusti toimeksiantajan mieltymyksiä täydellisesti.

Aikaa kului parin kuukauden verran muissa tehtävissä ja olosuhteiden muutoksesta yritys lisäsi valokuituhitsauksen palveluihinsa, jonka innoittamana pistin rohkeasti viimeisimmän suunnitelmani täysin uusiksi (Liite 5), ja luovuin kelluvasta keskitetystä tyylistä ja vaihdoin tekstin oikeaan reunaan. Etsin luvallisen kuvituskuvan valokuiduista, upotin sen sivun toiseen reunaan ja muutin väriteemaa keltaoranssista sävystä enemmän punaoranssiin suuntaan, jolloin tunnelma muuttui hillitystä hieman dynaamisempaan. Kuvituskuvan valokuitujen suunta myös tuo sivustoon liikkeen tuntua. Sivuston elementit – taustakuva, linkit, teksti ja logo – kierrättävät katsetta.

4 POHDINTA

Olen ollut aina kiinnostunut varsinkin verkkosivujen graafisesta suunnittelusta, ja X-Off Ky:n toimeksianto oli minulle ainutlaatuinen tilaisuus virallisesti päästä kokeilemaan ja näyttämään taitojani, vaikka olenkin aikaisemmin suunnitellut sivustoja. Pystyisinkö miellyttämään toimeksiantajaani hänen visuaalisissa toiveissaan sekä tekemään yritykselle sopivat verkkosivut? Harjoitteluni ja opinnäytetyöni X-Off Ky:n kanssa oli loistava tilaisuus muistella graafisen suunnittelun aakkosia ja päästä sellaisiin töihin, joihin olen aina halunnut.

Opinnäytetyötä kirjoittaessa tuli myös tutkittua asiaa akateemiselta kannalta eikä työ jäänyt pelkästään intuition varaan. Vaikka omat tuntemukset ja rohkea intuition seuraaminen on työskentelyssä tärkeää, oli miellyttävää opiskella ja perehtyä aiheeseen syvemmin ja vertailla omaa osaamista oppimateriaalien kanssa.

Yksi kompastuskivi minulla on aina ollut liiallinen malliesimerkkien noudattaminen, enkä ole täysin luottanut omiin taitoihini. Esimerkiksi opinnäytetyössäni yritin aluksi liiaksi mukailla toimeksiantajan alkuperäisen sivuston ulkonäköä siinä uskossa, että tämä on se ainoa oikea haluttu linja. On oleellista olla uskollinen omalle luovuudelleen ja uskaltaa ilmaista ideansa rohkeasti ja esittää toimeksiantajan toiveista oma tulkintansa parhaansa mukaan, ja tässä tilanteessa huomasin, kuinka design muuttuikin ajan myötä.

Sain hyvän muistutuksen grafiikantekoon sekä onnistuin kartuttamaan kokemustani kokeilemalla rohkeasti uusia asioita. Tähän asti minulla ei ole koskaan ollut näin vapaat kädet verkkosivugrafiikkoja suunnitellessa, ja avoin kommunikatio toimeksiantajan kanssa oli erittäin tervetullut kokemus.

LÄHTEET

1stwebdesigner. 2016. Viitattu 8.4.2017.

<https://1stwebdesigner.com/psychology-of-colors/>

Campean, K. 2013. Branding for a Software Developer: Fastomatic. Viitattu 16.5.2017.

<http://www.logo-designer.co/branding-design-for-a-software-developer-fastomatic/>

Cass, J. 2009. JUST Creative blog. Viitattu 8.4.2017.

<http://justcreative.com/2009/07/27/what-makes-a-good-logo/>

Cooper, S. 2013. Understanding What Your Logo Says About Your Brand. Viitattu 16.5.2017.

<https://www.forbes.com/sites/stevecooper/2013/08/29/understanding-what-your-logo-says-about-your-brand/#71a7a04330d3>

Delete 2017. Delete-konsernin verkkosivut. Viitattu 27.2.2017.

<https://www.delete.fi/>

Korpela, J. 2010. Verkkojulkaisun typografia. Helsinki: RPS-yhtiöt.

Lieska-Tuotanto Oy. 2013. Responsiiviset kotisivut. Viitattu 16.5.2017.

<http://responsiivisetkotisivut.net/ukk/>

Paget, I. 2015. Logo Geek: Does a logo design need to work in black and white to be successful? Viitattu 16.5.2017.

<https://medium.com/@LogoGeek/does-a-logo-design-need-to-work-in-black-and-white-to-be-successful-24688d25200d>

Raahen Kipurymä Ry:n verkkosivut. Viitattu 27.2.2017.

<http://www.raahenkipuryhma.fi/sivu.php?p=1>

Simmons, C. 2006. Color Harmony: Logos. Gloucester, Massachusetts: Rockport publishers, Inc.

Smith, A. 2016. Most Common Web Design Mistakes Small Businesses Make. Viitattu 8.4.2017.

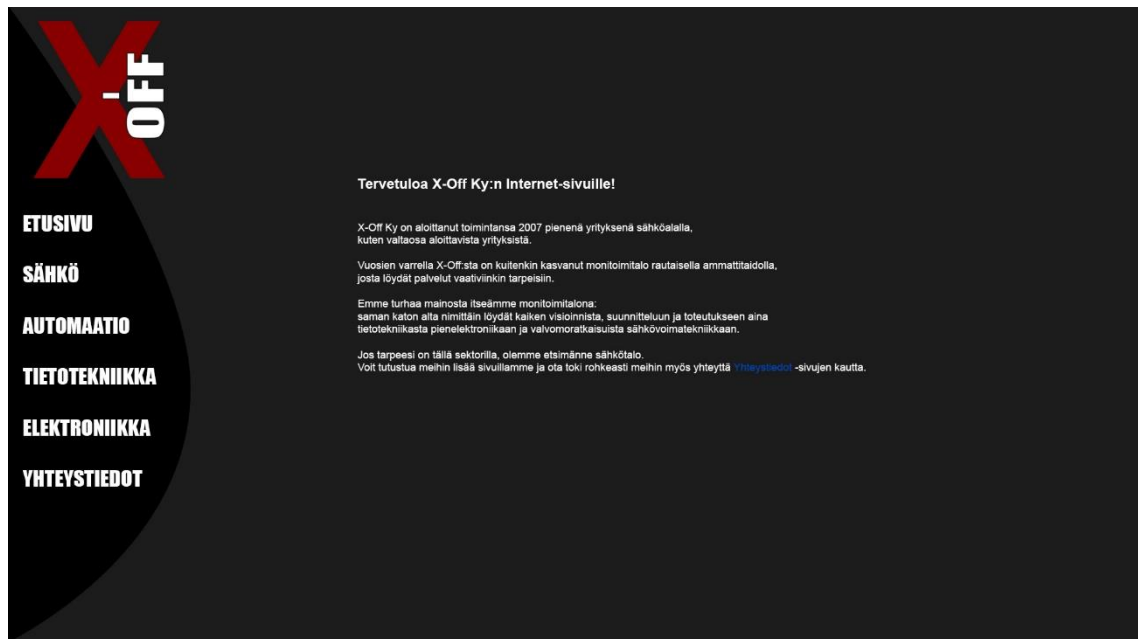
<http://usabilitygeek.com/10-most-common-web-design-mistakes-small-businesses-make/>

Thorlacius, L. 2007. The Role of Aesthetics in Web Design. Viitattu 8.4.2017.

<https://pdfs.semanticscholar.org/1a19/61ab0b0924da9e5e593661b86861ca03ab74.pdf>

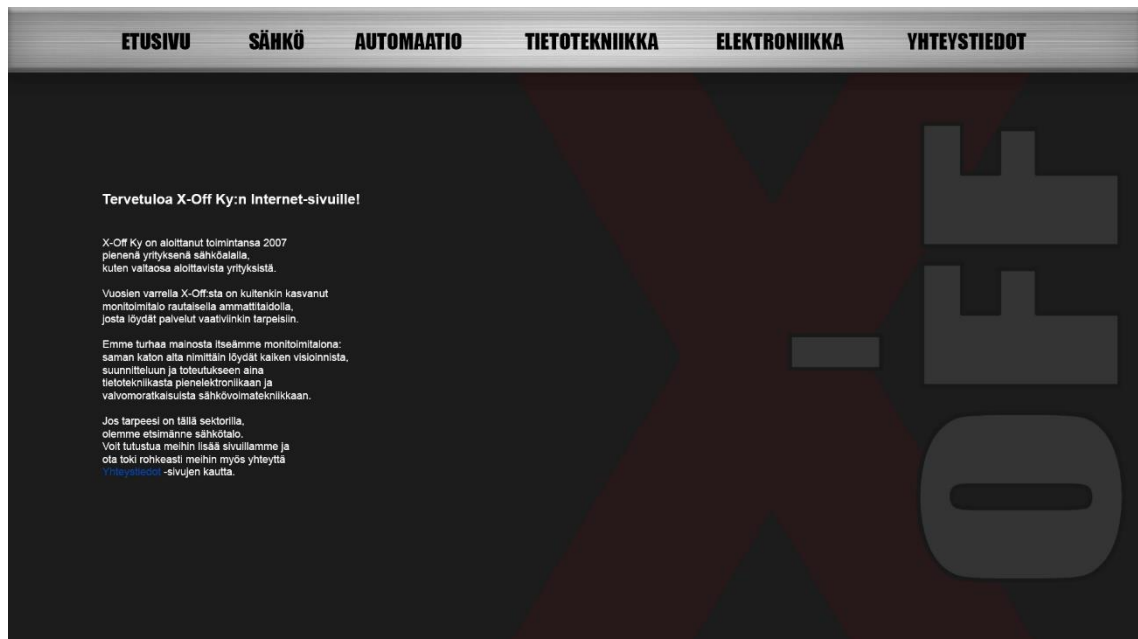
LIITTEET

- Liite 1. Ensimmäinen verkkosivusuunnitelma
- Liite 2. Toinen verkkosivusuunnitelma
- Liite 3. Kolmas verkkosivusuunnitelma
- Liite 4. Neljäs verkkosivusuunnitelma
- Liite 5. Viides ja viimeinen verkkosivusuunnitelma
- Liite 6. Ensimmäinen logosuunnitelma
- Liite 7. Toinen logosuunnitelma
- Liite 8. Kolmas logosuunnitelma
- Liite 9. Neljäs ja viimeinen logosuunnitelma
- Liite 10. Hyväksytyt logo kokomustana
- Liite 11. Delete-konsernin logo
- Liite 12. Raahen Kipurymä ry:n sivut

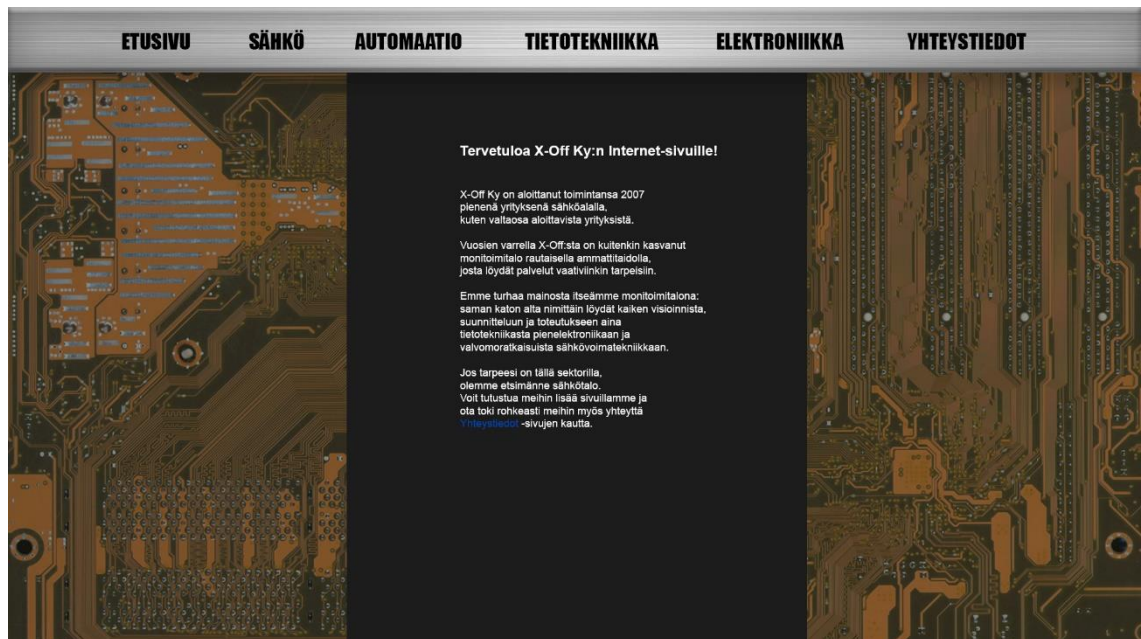


Liite 1, ensimmäinen verkkosivusuunnitelma.

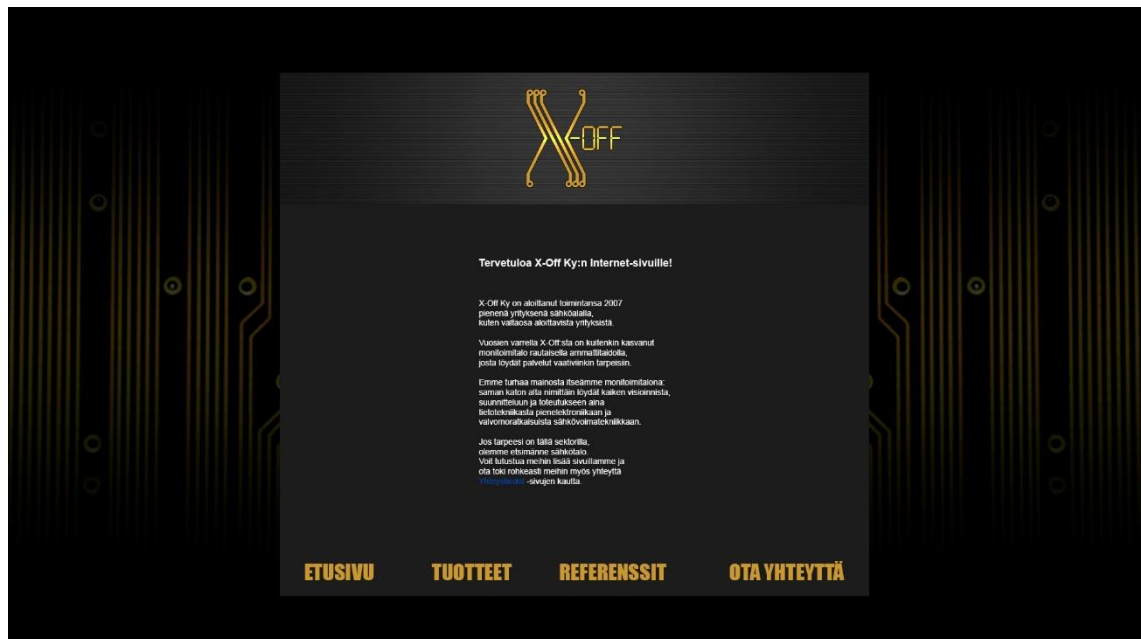
Suunnitelma liki täysin samanlainen alkuperäisten sivujen kanssa, lukuun ottamatta linkkipalkin kaarta ja logon X-kirjainta, joiden värit vaihdoin päikseen.



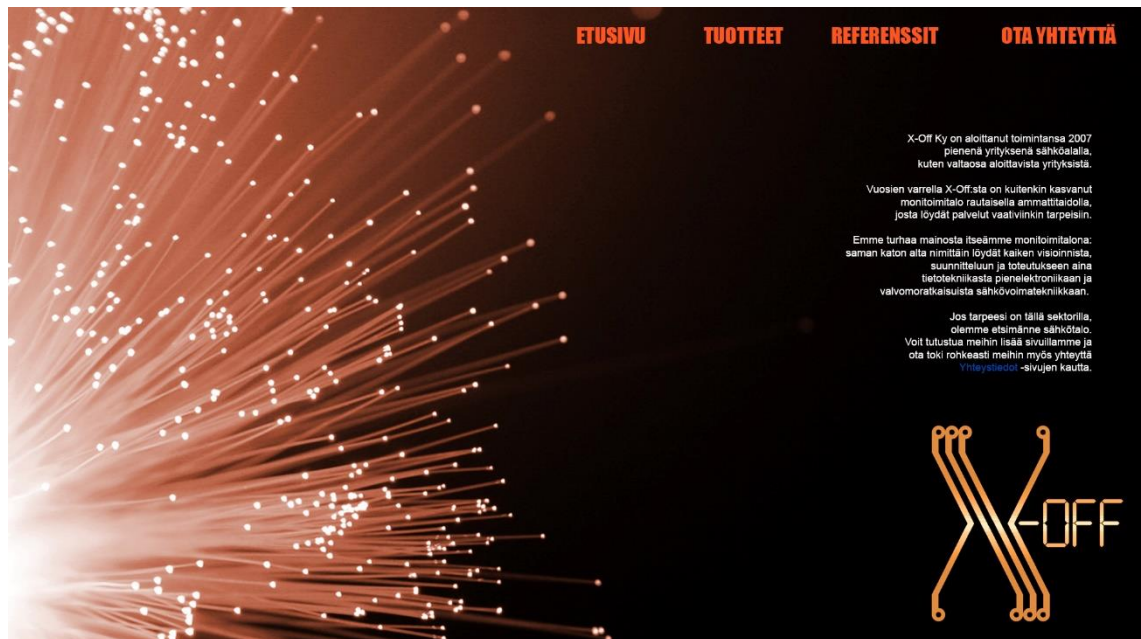
Liite 2, toinen verkkosivusuunnitelma



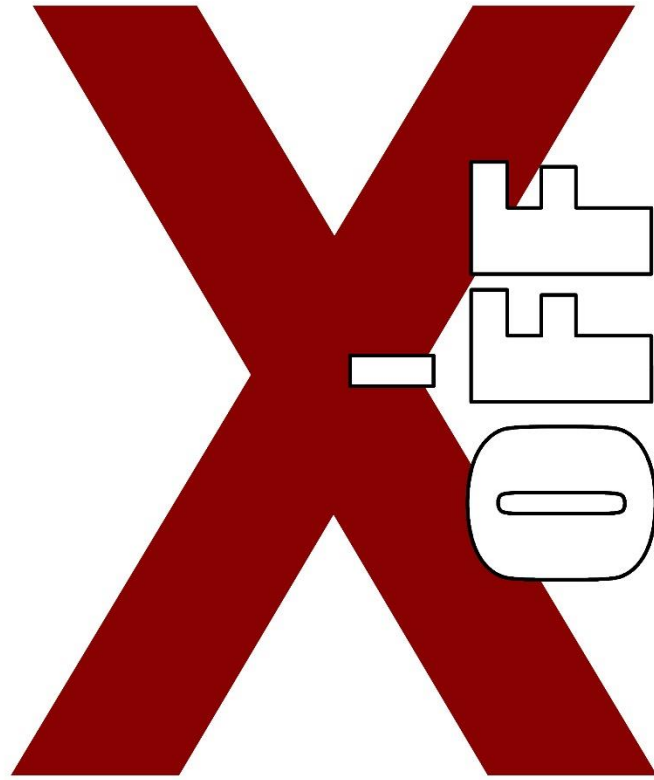
Liite 3, kolmas verkkosivusuunnitelma



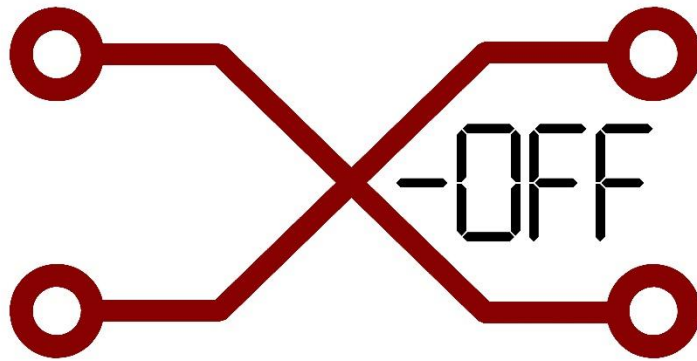
Liite 4, neljäs verkkosivusuunnitelma



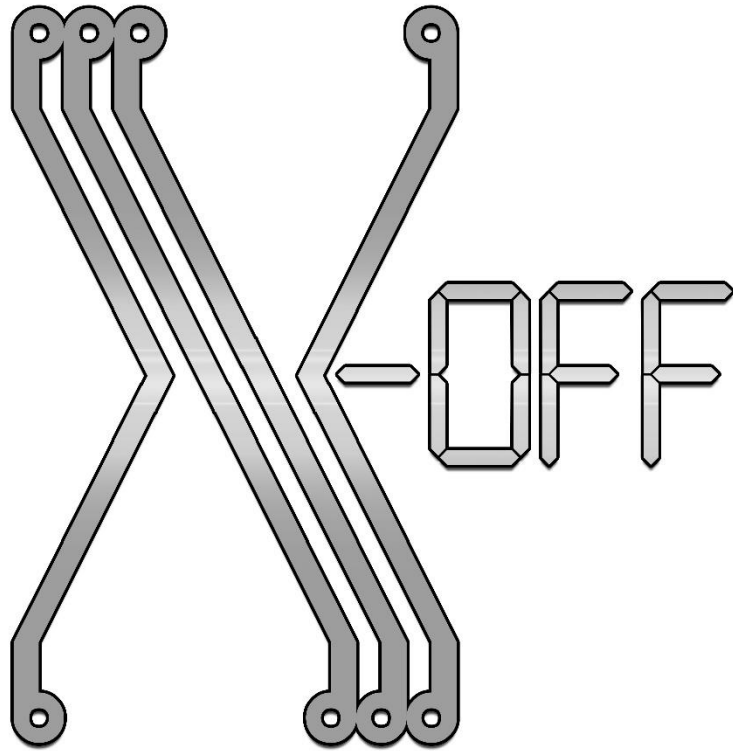
Liite 5, viides ja viimeinen verkkosivusuunnitelma



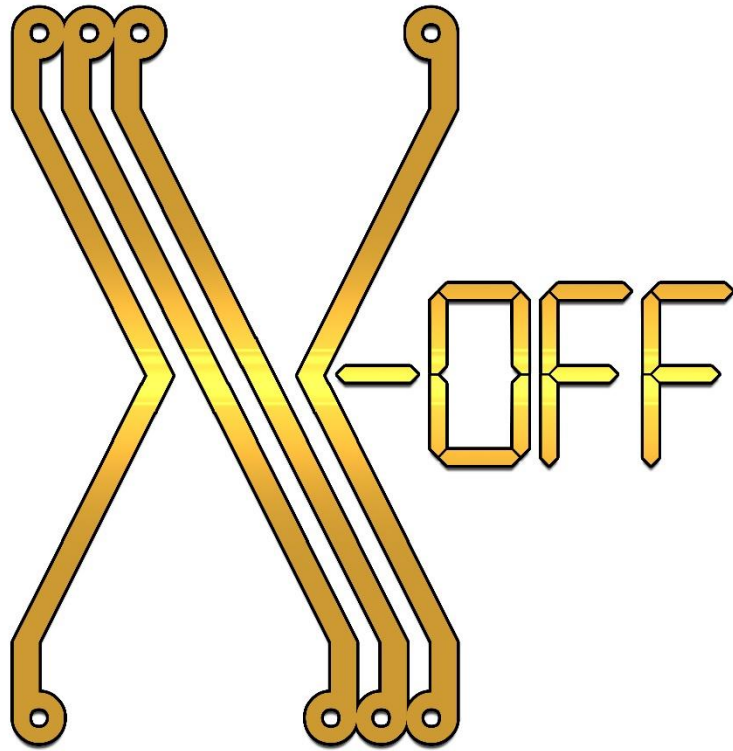
Liite 6, ensimmäinen logosuunnitelma



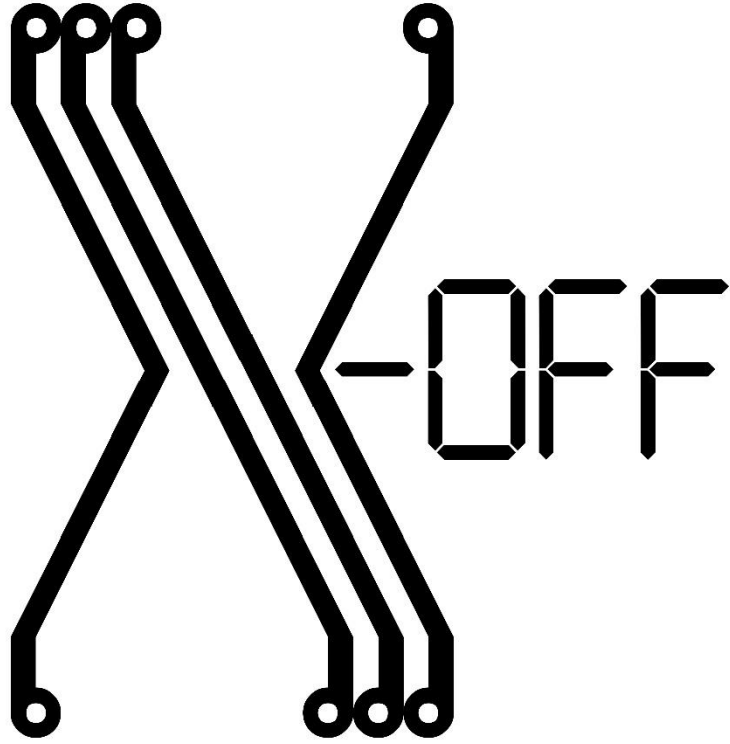
Liite 7, toinen logosuunnitelma



Liite 8, kolmas logosuunnitelma



Liite 9, viimeinen logosuunnitelma



Liite 10, hyväksytty logo kokomustana

Delete[✖]

Liite 11, Delete-konsernin logo



RAAHEN KIPURYHMÄ RY

- Etusivu
- Ajankohtaista
- Kuvat
- Palvelulinkit
- Yhteystiedot
- UKK

PALVELULINKIT

Raahen aluesairaala
www.ras.fi

Oulun keskussairaala
www.ppsHP.fi

Raahen kaupunki
www.raahe.fi

Laajat tiedot kipuihmisille
www.suomenkipu.fi



Sivuston toteutus: IT-parkki

Liite 12, Raahen Kipuryhmä ry:n sivut