

Visuaalisen ilmeen kehittämistä kyselyjen ja oman kehittämistyön kautta

27.12.2023

Visuaalisen ilmeen tutkimus keskittyy analysoimaan ja ymmärtämään visuaalisten elementtien, kuten värien, muotojen, typografian ja kuvien, vaikutusta viestinnässä. Tällainen tutkimus sisältää esimerkiksi graafisen suunnittelun, mainonnan, markkinoinnin, brändin rakentamisen alueita. Tutkimuksella pyritään selvittämään, miten erilaiset visuaaliset tekijät vaikuttavat ihmisten tunteisiin, huomion kiinnittymiseen, päätöksentekoon ja viestinnän tehokkuuteen. Tutkimuksen avulla voidaan selvittää, miten erilaiset värit, kontrastit, kuvat ja typografia vaikuttavat ihmisten mielialaan, tulkintaan ja reaktioihin. Visuaalisen ilmeen tutkimuksella voidaan myös arvioida brändien, organisaatioiden tai visuaalisen viestinnän tehokkuutta ja vaikutusta kohdeyleisöön. Tällainen tutkimus voi auttaa suunnittelemaan parempia markkinointikampanjoita, verkkosivustoja, mainoksia ja muita visuaalisia elementtejä. Visuaalisen ilmeen tutkimus voi hyödyntää erilaisia menetelmiä, kuten kyselytutkimuksia tai havainnointia.

SeAMKin visuaalisen ilmeen kehitys

SeAMKin visuaalista ilmettä on kehitetty systemaattisesti monta vuotta. SeAMKin logo ja siihen liittyvä värimaailma muuttuivat noin 16 vuotta sitten. Alun perin muu värimaailma rakentui vahvasti logojen värien ympärille. Brändiä ja visuaalista ilmettä on siitä lähtien kehitetty systemaattisesti eteenpäin vastaamaan kohderyhmän tarpeita, erottumaan kilpailijoista, pysymään ajantasalla ja etenkin kehityksen kärjessä. Lisäksi muutama vuosi sitten kehitystyötä tehtiin, jotta pystyttiin huomioimaan saavutettavuusdirektiivin tuomat

muutokset. Ilmettä tutkitaan jatkuvasti suhteessa kilpailijoihin. Esimerkiksi messuilla saadaan usein avointa palautetta kollegoilta, näytteilleasettajilta ja järjestäjältä sekä muiden oppilaitosten opiskelijoilta kuin joskus myös messuvierailta. Palaute voi kohdistua esimerkiksi esitteisiin, messuesittelijöiden yhteneväiseen vaatetukseen ja taustaseiniin. Viestinnän ja markkinoinnin omassa kehittämistyössä tärkeitä ovat myös mediatoimiston raportit, mediaraportit ja muut analyysit, yhtä lailla kuin tiimin havainnointi kilpailijoiden toimenpiteistä. SeAMKilla on käytössään graafinen ohjeisto osana brändimanuaalia. Graafisessa ohjeistossa määritellään mm. värit, typografia, kuvamaailma, yhteishaun ilme, tutkimus- ja kehittämistyön postereihin liittyvät pohjat väreineen ja ulkoasuineen jne. Mainonnan kautta näkyvintä on koulutusten markkinointi ja koulutusmarkkinointiin on määritelty oma ilmeensä, joka on tähän mennessä uudistunut 2-3 vuoden välein. Aina ei uudistukset ole suuria, koska yhdistettävyys aiempaan halutaan säilyttää. Lisäksi on olemassa myös esimerkiksi työpaikkailmoitusten ilme.

Koulutusmarkkinoinnin ilmeen tutkimukset SeAMKissa

SeAMKin ilmeen kehittämistä ja versioita tutkitaan esimerkiksi haastatteluin tai kyselyin kohderyhmältä. Ilmeen tutkimuksen tavoitteena on selvittää, onko valitut värit, typografia ja kuvamaailma houkuttelevia ja erottuvia ja minkälaisen viestin ja tunteen valitut visuaaliset keinot välittävät. Näin halutaan varmistua siitä, että sekä ilmeen kehittäjien että kohderyhmän muodostama mielikuva vastaa tavoitetasoa mahdollisimman hyvin. SeAMKin ilmeen tutkimus toteutettiin keväällä 2023 sekä talon sisäisellä että ulkoisella kyselytutkimuksella. Kysymyksissä oli sekä monivalinta- sekä avoimia kysymyksiä. Kyselyä levitettiin henkilökohtaisilla kontaktoinneilla sekä lähettämällä kyselylinkkiä sähköpostitse kohderyhmille. Tutkimuksen vastauksien pohjalta analysoitiin sitä, miten visuaalinen ilme vaikutti vastaajiin ja mitä tunteita värit, kuvat, muodot, typografia ja elementit herättivät vastaajissa. Vastausten perusteella ilmeeseen tehtiin vielä joitakin parannuksia, jonka jälkeen asioita varmennettiin vielä suppeammalla kyselyllä. SeAMKin nykyisin voimassaoleva brändimanuaali uudistettiin elokuussa 2023. Ilmeen tutkimus voi auttaa suunnittelemaan parempia markkinointikampanjoita, verkkosivustoja, mainoksia sekä muita visuaalisia elementtejä ja se lisää visuaalisen viestinnän ja vaikutusta kohdeyleisöön. Lisätietoja voi kysyä artikkelin kirjoittajilta. Inkeri Sormunen, graafinen suunnittelija, SeAMKOuti Kemppainen, viestintä- ja markkinointipäällikkö, SeAMK Sähköpostit ovat muotoa etunimi.sukunimi(a)app-staging.seamk.hion.dev #markkinointi #visuaalisuus #brändi #viestintä #graafisuus #SeAMK #Seinäjoki #ammattikorkeakoulu #koulutus*Kirjoittajat työskentelevät SeAMKin viestinnässä ja markkinoinnissa. Viestintä- ja markkinointitiimi vastaa SeAMKin sisäisen ja ulkoisen markkinointiviestinnän strategisesta suunnittelusta ja toteutuksesta sekä jatkuvasta kehittämisestä. Viestinnän ja markkinoinnin missio on tukea SeAMKin strategisten tavoitteiden toteutumista vaikuttavalla ja vuorovaikutteisella viestinnällä.*