



SARIANNA  
NIJKALA

Aalto Tja-kurssi  
luentoslidet 01/2023

Suunnittelija brändinä  
- omien vahvuuksien  
esiintuminen

# 29.01 Suunnittelija brändinä - omien vahvuuksien esiintuominen

klo 9.15-12.00

**9.15-9.55**

Sariannan luento, Brändäys  
Suunnittelija brändinä - omien vahvuuksien  
esiintuominen

**Tauko 5-10 min**

**10.00-10.45**

Milla Vaahtera, lasitaiteilija ja yrittäjä

**Tauko 5-10 min**

**11.00-11.15**

Matias Varjonen, Aaltoes Ignite  
Sariannan luento, Some

**11.45-12.00**

4. Viikkotehtävä



## 4. Viikkotehtävä: Osaaminen

Mitä muuta olet tehnyt tähän mennessä? Oletko ollut töissä, mitä harrastat?  
Mitä osaamista olet hankkinut niiden kautta, mitä olet oppinut? Kirjoita lyhyt  
teksti (max. 300 sanaa) ja palauta tehtävä viimeistään perjantaina 2.2.  
MyCoursen palautuslaatikkoon.

# Päivittäinen aikataulu Tja

Viikko: 8.1-19.2.2024

Alkamisaika: 9:15

	Intro kurssiin ja muotoiluun	Miten erotut eduksesi hakuprosessissa?	Tyyli ja positiointi.	Suunnittelija brändinä - omien vahvuksien esiintuominen.	Puhutaanpa rahasta, sopimuksista ja tekijänoikeuksista.	Näkökulmia työelämään.	Palautekeskustelu pienryhmissä
	8.tammi	15.tammi	22.tammi	29.tammi	5.helmi	12.helmi	19.helmi
9:15	Kurssin intro, käytännön asiat (Pirjo K mukana)	Intro ja päivän teema	Intro ja päivän teema	Intro ja päivän teema	Intro ja päivän teema	Intro ja päivän teema	Palautekeskustelu pienryhmissä
9:30		Sariannan luento; motivaatiokirje	Sariannan luento	Sariannan luento	Heidi Härkönen, IPR	Sariannan luento	Palautekeskustelu pienryhmissä
9:45	Sariannan luento; portfolio		TAUKO 5-10MIN	TAUKO 5-10MIN			Palautekeskustelu pienryhmissä
10:00		TAUKO 5-10MIN	Siru Juntunen; ura isoissa muotitaloissa	Milla Vaahtera, lasitaitelija ja yrittäjä		TAUKO 5-10MIN	Palautekeskustelu pienryhmissä
10:15	TAUKO 5-10MIN	Teollinen muotoilija Joonas Kyöstinen, vuoden nuori muotoilija			TAUKO 5-10MIN	Hannakaisa Pekkala, UU-Market	Palautekeskustelu pienryhmissä
10:30	Susanna Saarinen; uramuotoilu		Opiskelijoiden kysymyksiä	Opiskelijoiden kysymyksiä	Sariannan luento		Palautekeskustelu pienryhmissä
10:45		Opiskelijoiden kysymyksiä	TAUKO 5-10MIN	TAUKO 5-10MIN		Opiskelijoiden kysymyksiä	Palautekeskustelu pienryhmissä
11:00	TAUKO 5-10MIN	TAUKO 5-10MIN	Fanni Lyytikäinen; styling ja uran luominen Suomessa	Sariannan luento	TAUKO 5-10MIN	TAUKO 5-10MIN	Palautekeskustelu pienryhmissä
11:15	Ornamon puheenvuoro; Emmi Putkonen	Sariannan luento; CV			Sariannan luento	Vierailijapuheenvuoro	Palautekeskustelu pienryhmissä
11:30			Opiskelijoiden kysymyksiä			Opiskelijoiden kysymyksiä	Palautekeskustelu pienryhmissä
11:45	Yhteenvedo ja viikkotehtävä	Yhteenvedo ja viikkotehtävä	Yhteenvedo ja viikkotehtävä	Yhteenvedo ja viikkotehtävä	Yhteenvedo ja viikkotehtävä	Kurssitehtävän viimeiset kysymykset	Palautekeskustelu pienryhmissä
12:00							Palautekeskustelu pienryhmissä
	<p>1. Viikkotehtävä: <b>Arkisto</b> Kerää omaan digitaaliseen kansioosi kaikki tähän mennessä tekemäsi ammatilliset projektit. Luokittele ne a) omat opiskeluprojektit b) opiskeluaikaiset ryhmätyöt c) ennen opintoja tehdyt projektit. Valitse niistä yhteensä neljä, jotka omasta mielestäsi viestivät parhaiten tämänhetkistä osaamistasi ja kiinnostustasi. Pidä huolta, että kokoat materiaalin ensimmäisen viikon aikana <b>12.1. mennessä</b>. (palauteta MyCoursesiin)</p>	<p>2. Viikkotehtävä: <b>BIO</b> Kirjoita 150 sanan bio eli lyhyt kuvaus itsestäsi SUOMEKSI tai RUOTSIKSI. Kerro kuka olet, kuvaa nykytilanteesi, kerro ammatillisesta kokemuksesta ja kiinnostuksen kohteista. Pyydä toista kurssille osallistujaa kommentoimaan tekstiäsi ennen kuin palautat tehtävän. Valitse myös tarkoitukseen sopiva omakuva, tai pyydä kurssitoveriasi ottamaan sellainen, ja liitä se bioon. PDF tiedoston palautus MyCourses-kansioon viimeistään <b>perjantaina 19.1.</b> Nimeä file: sukunimi_etunimi_vuosi_bio. Saat palautetta opettajilta.</p>	<p>3. Viikkotehtävä: <b>Kuvat</b> Lisää 1. viikkotehtävässä kokoamaasi kansioon kuvia (valokuvat, infografiikka) valitsemiesi projektien yhteyteen. Mikäli sinulla ei ole kuvia valmiina, ota niitä tai tee tarvittavat infografiikat. Voit tuki lisätä visuaalista materiaalia kaikkiin listaamiisi projekteihin. Materiaalin on oltava valmiina <b>perjantaina 26.1.</b> (palauteta Mycoursesiin)</p>	<p>4. Viikkotehtävä: <b>Osaaminen</b> Mitä muuta olet tehnyt tähän mennessä? Oletko ollut töissä, mitä harrastat? Mitä osaamista olet hankkinut niiden kautta, mitä olet oppinut? Kirjoita lyhyt teksti (max. 300 sanaa) ja palauta tehtävä viimeistään <b>perjantaina 2.2.</b> MyCoursesin palautuslaatikkoon.</p>	<p>5. Kurssitehtävän työstö: Kokoa ensimmäinen ammatillisen portfolion luonnos kurssin aikana. Luonnoksen pitää sisältää: Kurssitehtävän työstö: Kokoa ensimmäinen ammatillisen portfolion luonnos kurssin aikana. Luonnoksen pitää sisältää: 1) etusivu 2) omakuva, bio, yhteystiedot 3) sisällysluettelo 4) neljä valitsemaasi ammatillista projektia 5) yksi muusta osaamisesta kertova projekti. Nimeä luonnos sukunimi_etunimi_vuosi_portfolio_1 Palauta luonnos pdf-muodossa viimeistään <b>perjantaina 9.2.</b> kurssin MyCourses-sivustolle seuraavasti: Mene sivustolla kohtaan [General Discussion] ja lisää uusi aihe [Discussion topic] ja laita keskustelun nimeksi [Subject of the discussion] sukunimi_etunimi_luonnos. Sen jälkeen lataa luonnos [Message] laatikkoon. Pienennä pdf &gt; alle 20 megaa.</p>	<p>6. Viikkotehtävä: <b>Kommentointi</b> Tutustu muiden kurssilla olevien portfolioihin MyCourses-sivustolla, ja anna siellä palautetta vähintään kolmelle. Valitse sellaisia portfolioita, joilla ei vielä ole kolme aiempaa arviota. Kiinnitä huomiota selkeyteen, kiinnostavuuteen ja informatiivisuuteen. Käytä arvioinnissa 'hampurilaismallia'. Anna kommentit viimeistään <b>torstaina 15.2.</b></p>	<p>Palautekeskustelu pienryhmissä</p>

**Onko suositella jotain lähteitä /  
sivustoa yms mistä voisi aloitellaan  
kohderyhmätutkimusta? Esim saisi  
tietoa minkä ikäiset ihmiset kuluttaa,  
paljonko ja mihin laittaa rahansa?**

”Tilastokeskus. Ylipäätään valtion ja eri instituuttien tutkimuslaitokset.  
Tulokset ovat julkisia ja ilmaisia. Mutta ne eivät ole hahukoneita tai  
infopisteitä. Jakavat sen datan mitä ovat keränneet.”

Valtion tutkimuskeskus, VTT, Kaupanalan tutkimuskeskus, Kuluttajatutkimuskeskus,  
Kilpailu- ja kuluttajavirasto, Tilastokeskus, Sektoritutkimuslaitos

# Luento:

Sariannan brändäysluento

”Suunnittelija brändinä,  
omien vanhuuksien esiintuominen”

Suunnittelija somessa

Milla Vaahtera

Matias Varjonen

**Mikä on brändi, mitä on  
brändäys?**

**Henkilöbrändäys suunnittelijoille**

**Suunnittelija sosiaalisessa  
mediassa**

**Vierailijapuheenvuorot**

**Kysymykset ja keskustelua**

Brändäys



# MARKETING

"i'm great lover"



# ADVERTISING

i'm great lover  
i'm great lover  
i'm great lover



# DESIGNING

"he looks like great lover"



# BRANDING

"I understand, you are great lover"





"People don't buy what you do,  
they buy why you do it." Sinek, S (2009)





**Mikä on brändi?**



**Mitä on  
brändäys?**



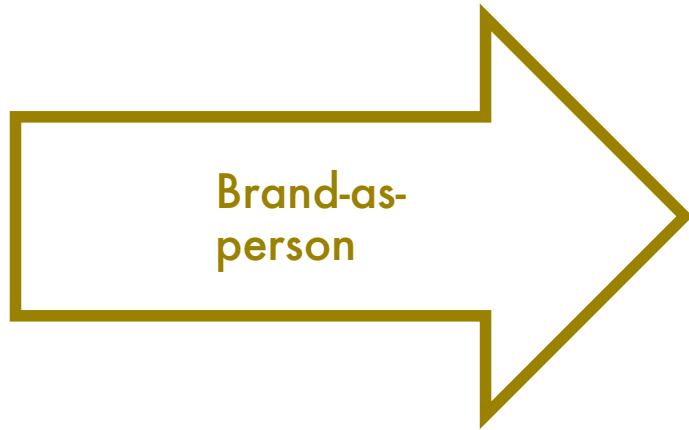
**Mitä ovat  
brändi-  
identiteetti,  
brändipersoona  
and brändi-  
imago?**



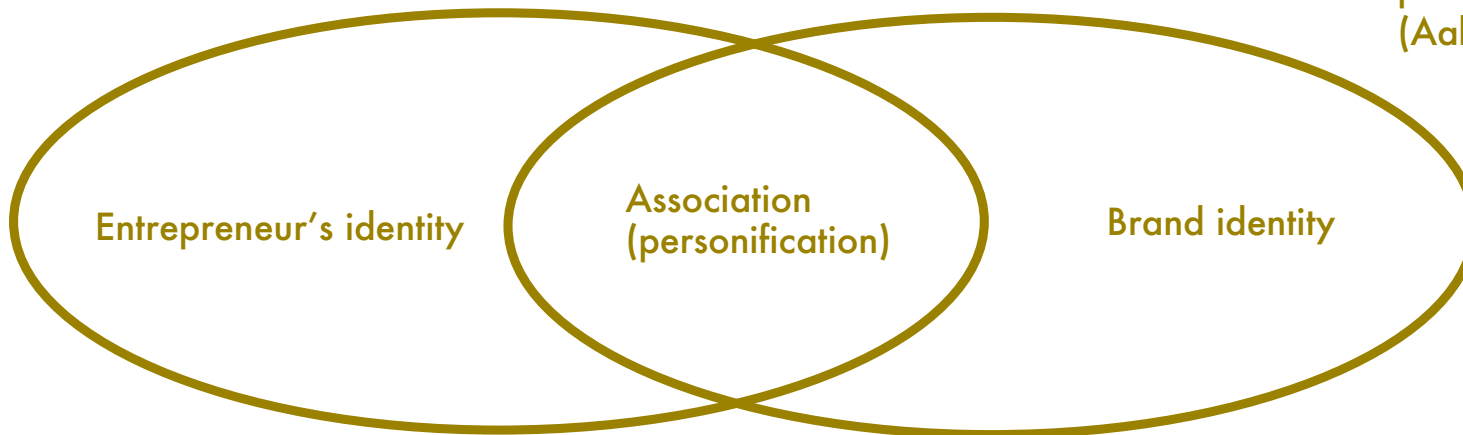
**Entäs nimi?  
Mikä on logo?**



**Mitä on  
henkilöbrändäys?**

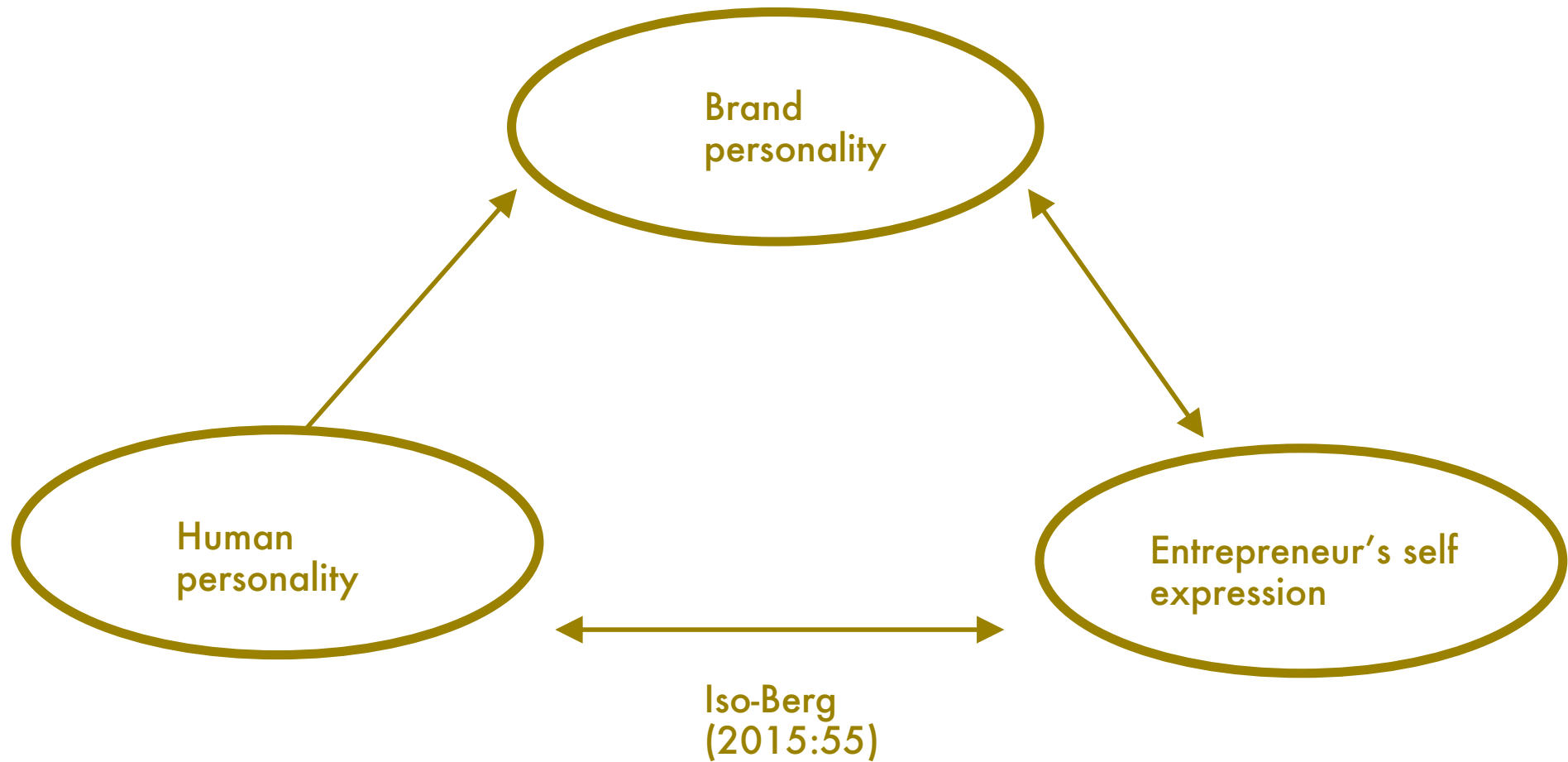


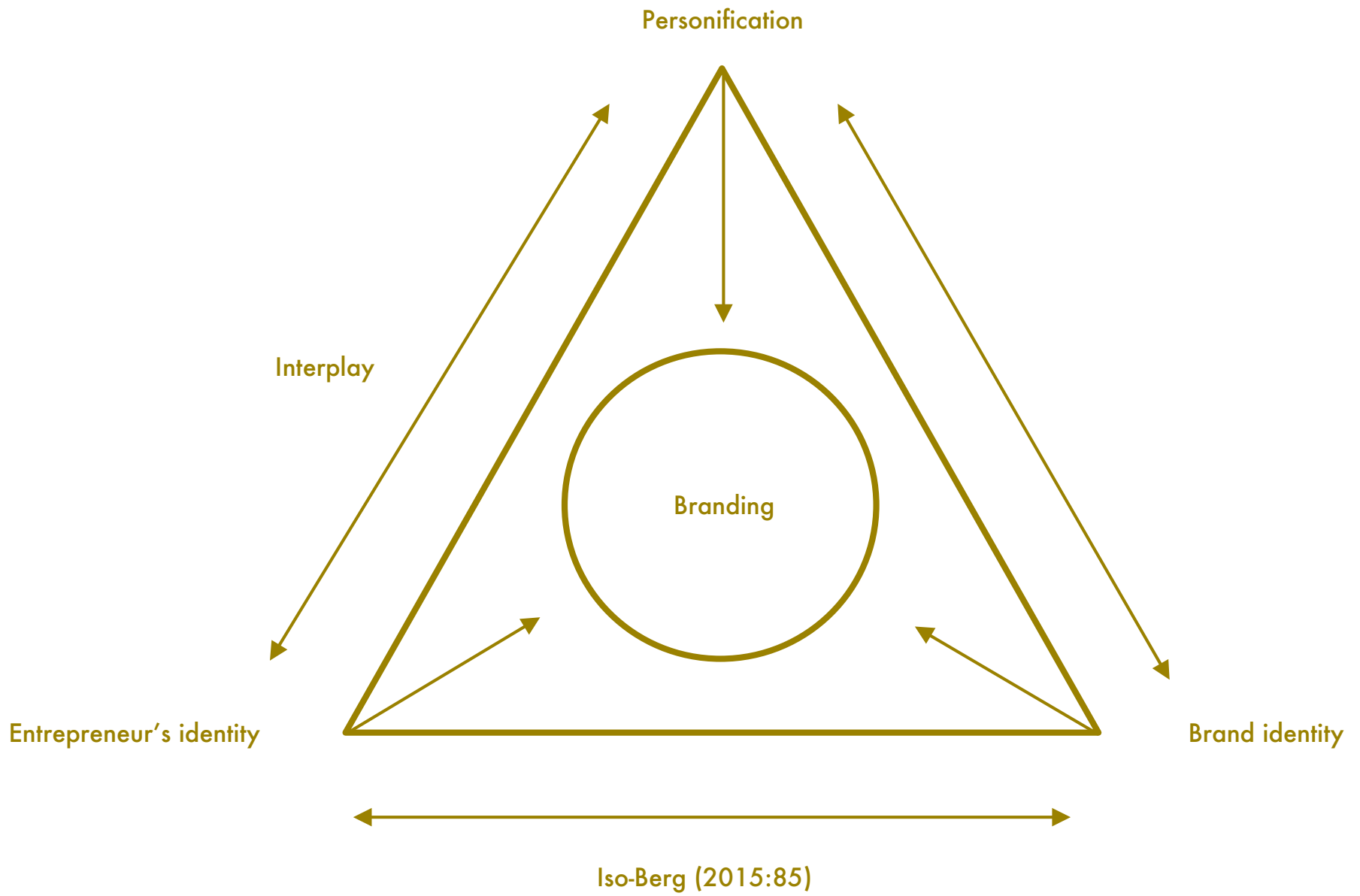
Iso-Berg  
(2015:50)



Touch each others and interact =  
personification  
(Aaker, 1996:105)

Iso-Berg (2015:16)







# Suunnittelu brändinä

-Esimerkkejä: Kaikki designbrändit, joissa suunnittelijan nimi ei ole suurin vetovoima / valttikortti



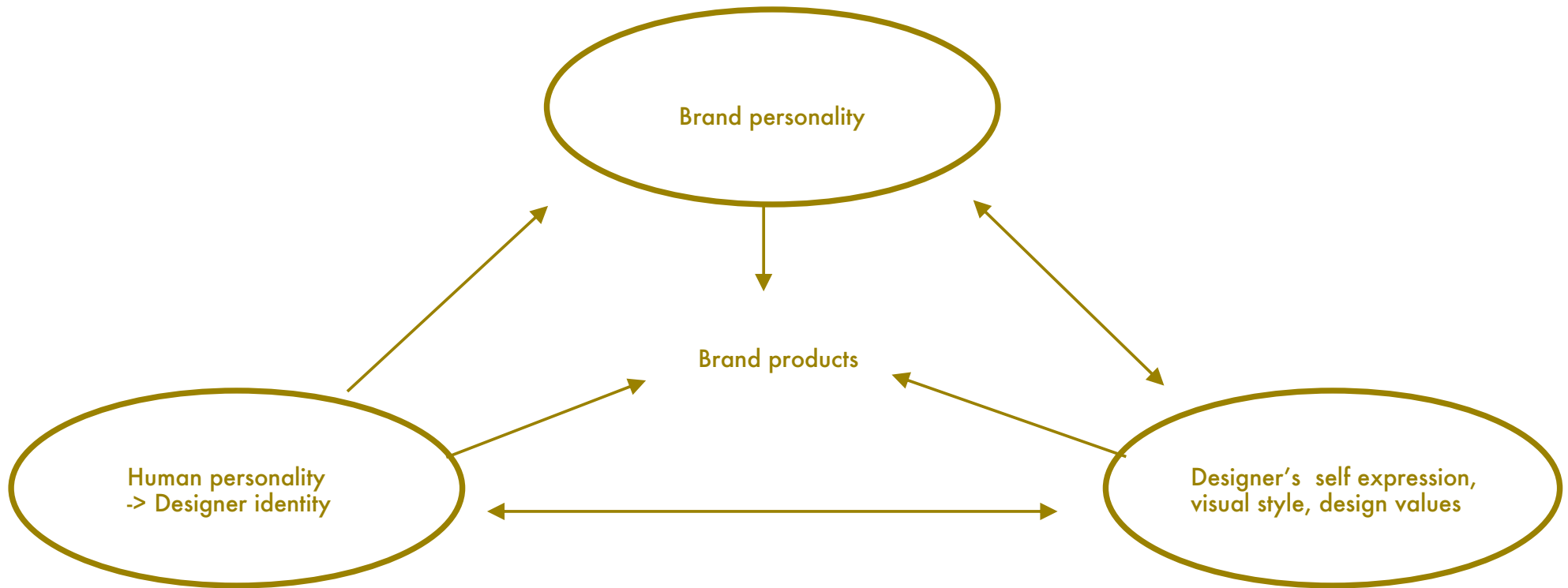


# Suunnittelija brändinä

- Lähes kaikki suunnittelijat,  
esim. Minna Parikka



**Henkilöbrändäys  
suunnittelijoille,  
miksi meidän  
tulisi välittää  
omamme  
tietoisesta  
rakentamisesta**



Adapted from Iso-Berg (2015:55)



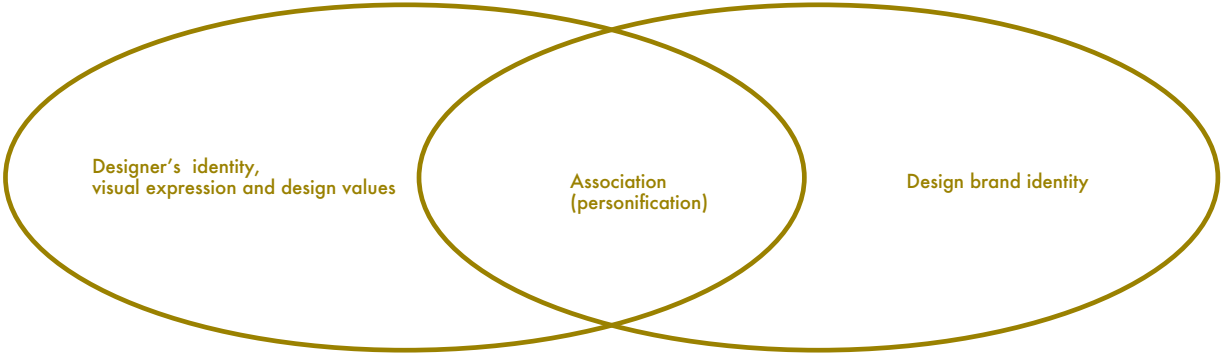


**Suunnittelijan  
identiteetin  
käyttäminen  
työkaluna  
henkilöbrändin  
luomisessa**



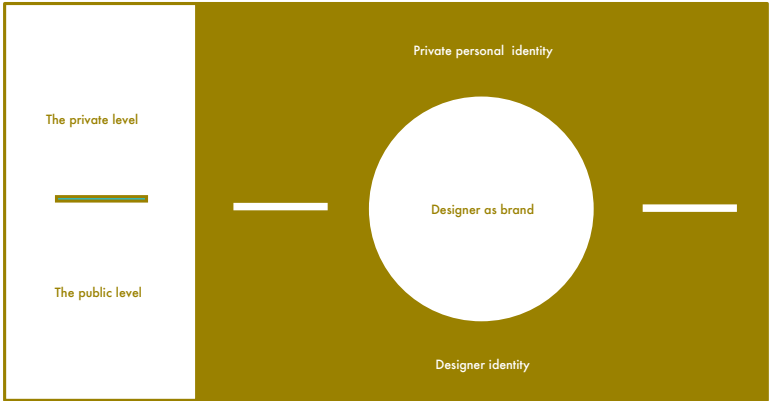
Personal branding framework adapted from Iso-Berg (2015:16), modified into a personal brand for designers framework

Touch each others and interact = personification (Aaker, 1996:105)



Adapted from Iso-Berg (2015:16)

Personal branding framework adapted from Iso-Berg (2015:44), modified into a personal brand for designers framework



Adapted from Iso-Berg (2015:44)

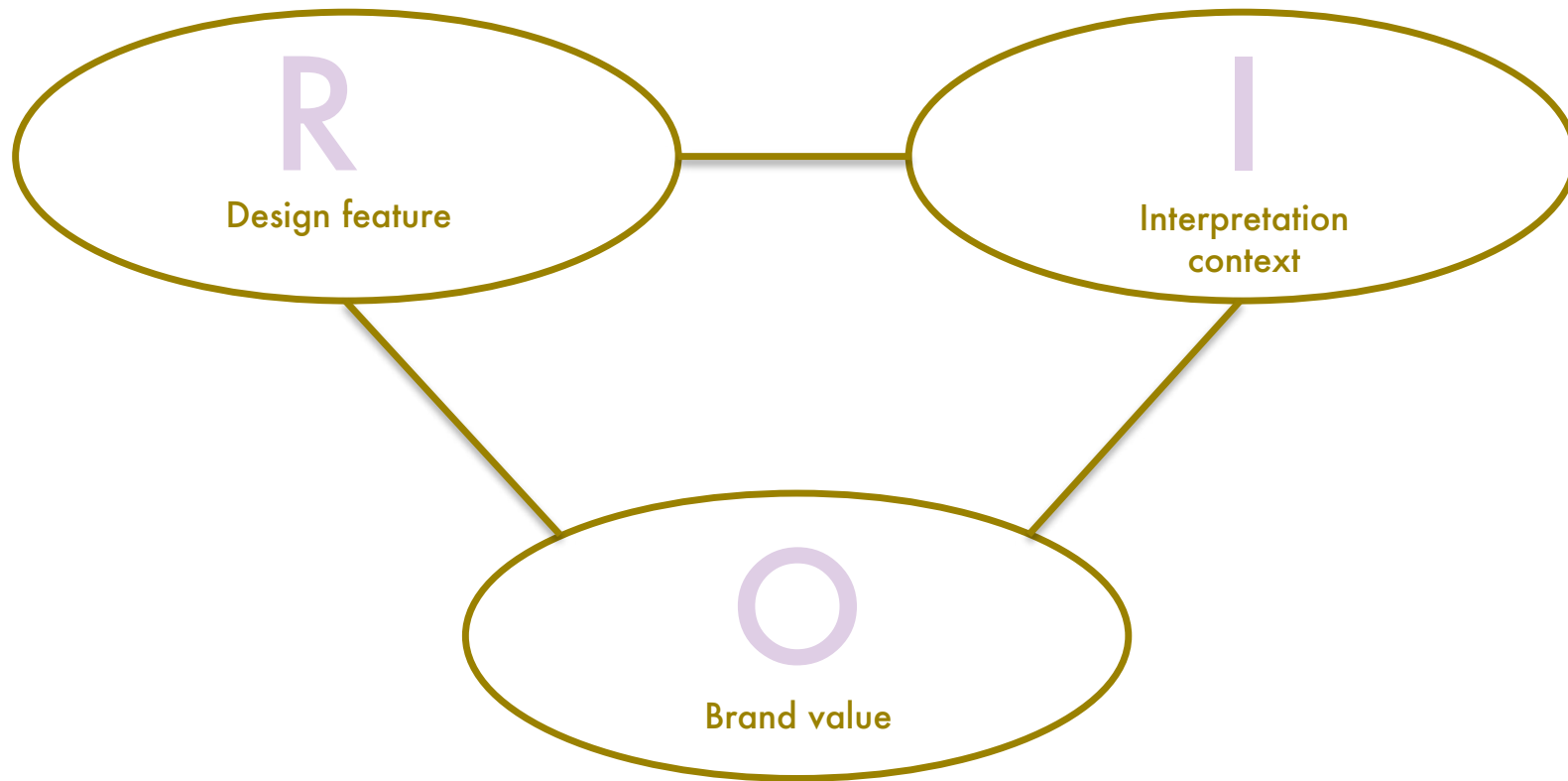


**Suunnittelijan  
henkilöbrändäys**

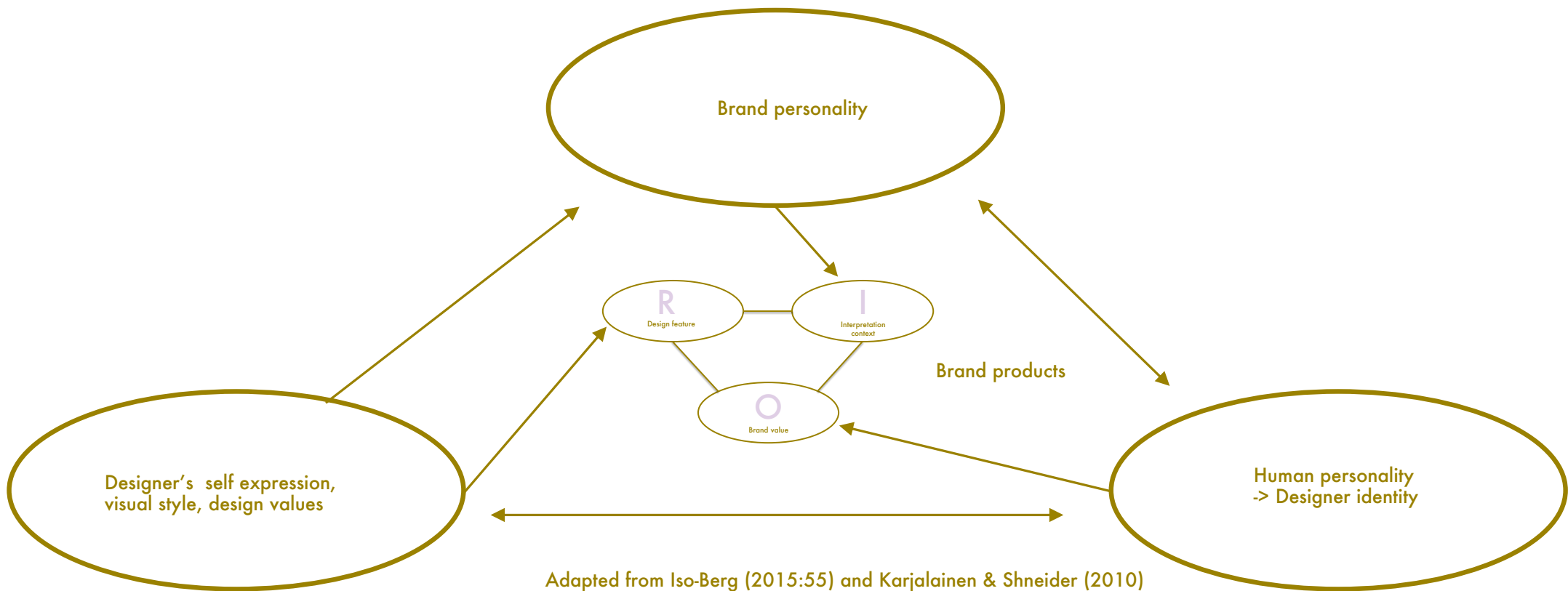


A person is holding a large, circular, gold-rimmed mirror. The mirror reflects a bouquet of flowers, including a pink anthurium, white and yellow flowers, and a large orange rose. A circular inset in the mirror shows a close-up of the person's ear wearing a silver hoop earring. The person is wearing a purple long-sleeved shirt. The background is a plain, light-colored wall.

# Designbrändiä vahvistavien tuotteiden luominen



# Henkilöbrändäyksen teoriamalli suunnittelijoille



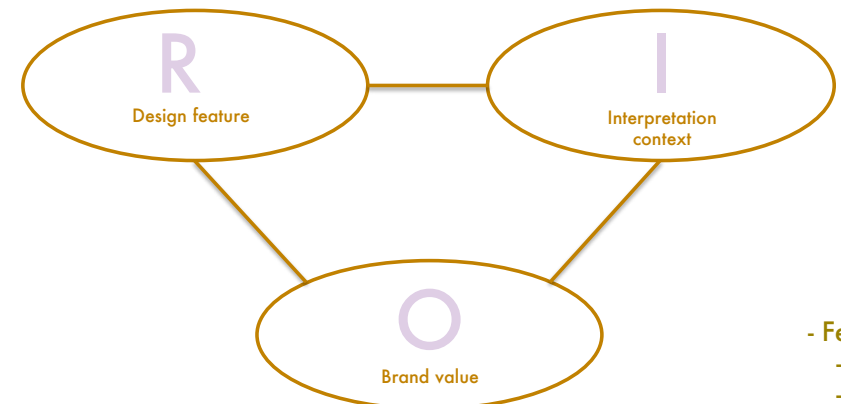


# Sariannan esimerkki:

- Acrylic mirror as material, which looks like shiny metal but is lighter
- Minimalistic Nordic shapes
- "S"-shape as prominent design feature
- Forms inside forms, "Tikku"-model was originally just leftover material but was so graceful that I decided to fashion into jewellery as well
- Round, soft, curvy shapes also seen in the logo -> regognizability

Interpreted as

- Beautiful
- Cool
- Desirable
- Powerful
- Design item
- Scandinavian or Italian
- Expensive looking



- Feminine
- Clever
- Classy
- Beautiful
- Minimal with maximal elements
- Scandinavian with an Italian twist
- Communicating the brand
- Zero-waste
- Funny or humorous, cute or sympathetic
- Production in Europe

SARIANNA  
NIKKALA

# Pähkinäkuoressa:

---

Brändäys ja markkinointi ovat tehokkaimmillaan, kun niillä pyritään edistämään jotain todellista ja johon ihmiset oikeasti uskovat. Persoonallisuutesi vaikuttaa suunnittelemiisi vaatteisiin/tuotteisiin ja siksi sillä on valtava vaikutus design-/suunnittelijabrändiisi.

Mitä enemmän tunnet itsesi ja pystyt seisomaan tyylisi, estetiikkasi ja materiaali-/tekniikkavalintoidesi takana sekä pystyt puhumaan ja puolustamaan niitä, sitä enemmän itsetuntemuksestasi on hyötyä brändillesi suunnittelijana ja designbrändinä. On elintärkeää ymmärtää, että muoti- tai designbrändisi/ suunnittelijan henkilöbrändisi ei saa ole jotain päälleliimattua ja ulkopuolelta tulevaa, vaan sinun tulisi hyödyntää jo olemassaolevia vahvuuksiasi, intohimojasi ja elämäntehtäväsi. On tärkeää visualisoida ja ilmaista tämä selkeästi, jotta muut ihmiset voivat löytää, ymmärtää ja tukea brändiäsi. Jokainen tekemäsi suunnitteluvalinta (vaatemallistossa tai tavassa, jolla edustat töitäsi) viestii asemastasi kentällä ja arvoistasi suunnitteijana.



# Tauko

---

5-10 min

Vierailijaluento





# Milla Vaahtera

Lasitaiteilija ja yrittäjä

---

10.00 - 10.45  
30min + 15 min kysymyksiä

# Tauko

---

5-10 min

# Matias Varjonen

Aaltoes Ignite

---

11.00 - 11.15  
15 min + kysymyksiä

Some



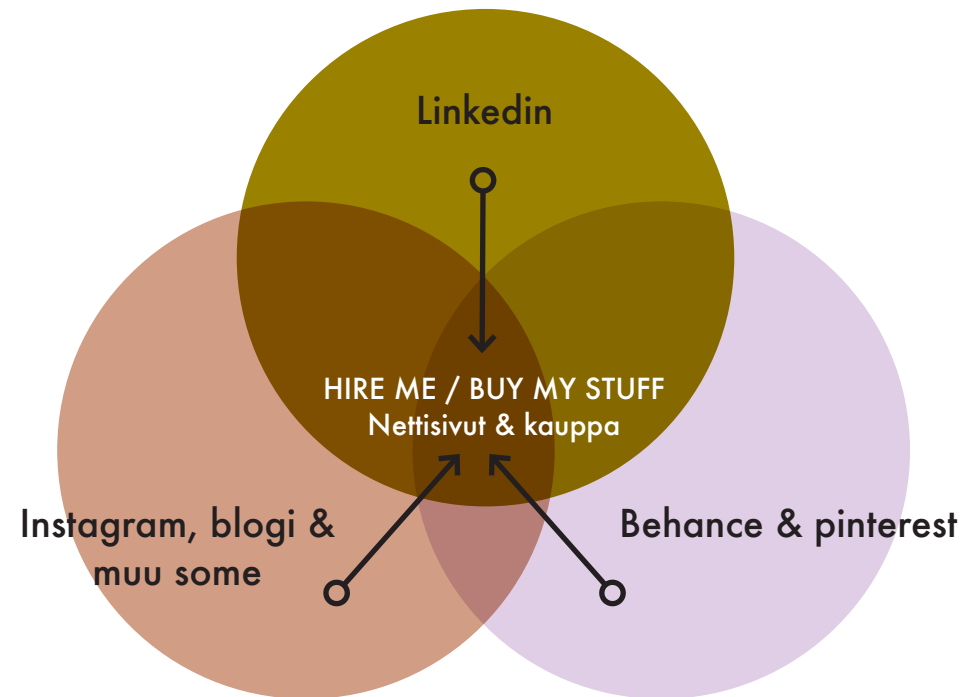
# Suunnittelijan digitaalinen presenssi ja osaamisen esittely

## Logiikka:

- Kaikki digi- ja somepresenssi toimii sisäänheittäjänä joko nettisivuille (hire me!) tai nettikauppaan (buy my stuff)
- Kaikki sisältö nostaa uskottavuutta ammatillisena toimijana ja Googlen hakukoneet osaa suositella sua muotoilijana

## Ammatillisen osaamisen esittely eri kanavissa

- "You are what you do"
- Eri tilit eri sisällöille; personal ja professional kanavien ero



Sosiaalisen median  
läsnäolon tulee olla  
harkittu, strateginen  
työkalu ja sellaisena se  
tulisi nähdä

---

On parempi pohtia ja harkita etukäteen kuin silloin, kun jotain kriittistä on jo tapahtunut

# Ammattitaidon esittely eri kanavissa

---

- ”Olet mitä teet”
- Mieti etukäteen, haluatko olla aktiivinen yksityishenkilösi sosiaalisessa mediassa; suunnittelija brändinä vs. design brändinä
- Eri tilit eri sisällölle; ero henkilökohtaisten ja ammatillisten kanavien välillä
- Eri sosiaalisen median alustojen tilien linkittäminen toisiinsa; youtube-fanisi pitäisi pystyä löytämään sinut ja brändisi myös esimerkiksi Instagramista ja TikTokista

# Tone of voice eli äänensävy

---

Oletko rennompi vai muodollinen, lähestyttävämpi vai cool?  
Mikä on brändisi asema markkinoilla (high-end, street, käsityö jne.)



# Sisällöntuottaminen

---

Millaista sisältöä tuotat (kuvia, videoita jne.) ja millä työkaluilla. Huom esim kuvien ja videon laatu!

# Työkaluja sisällön suunnitteluun ja aikatauluttamiseen

---

Preview-appi  
Mojo-appi

# MUISTA MITATA!

---

Perustamatta päätöksiäsi analytiikkaan, vain arvailet, mikä toimii ja mikä ei.

# Työkaluja sosiaalisen median kampanjoiden menestyksen mittaamiseen

---

Google-analytiikka, Meta Business Manager, Instagramin ja TikTokin oma analytiikka, Squarespace-ja muiden verkkosivustojen analytiikka. Muista myös SEO ja SEM

# Työskentely näkyvyyttä vastaan: Vaikuttajayhteistyöt

---

Harkitse, onko näkyvyys työtuntiesi arvoista. Näkyvyys ei maksa laskuja ja vaikuttajayhteistyön ROI (sijoitetun pääoman tuotto) ei aina ole lineaarinen tai ilmene heti. Useimmiten on hyödyllisintä, jos sinulla on jo varasto valmiita tuotteita myytäväksi ja vaikuttajien seuraajat ovat todistettavasti brändisi / suunnittelusi kohdeasiakkaita. Myös tässä pääasia on ohjata ihmiset seuraamaan brändiäsi ja mikä tärkeintä, OSTAMAAN SUUNNITTELUASI / TUOTTEITASI

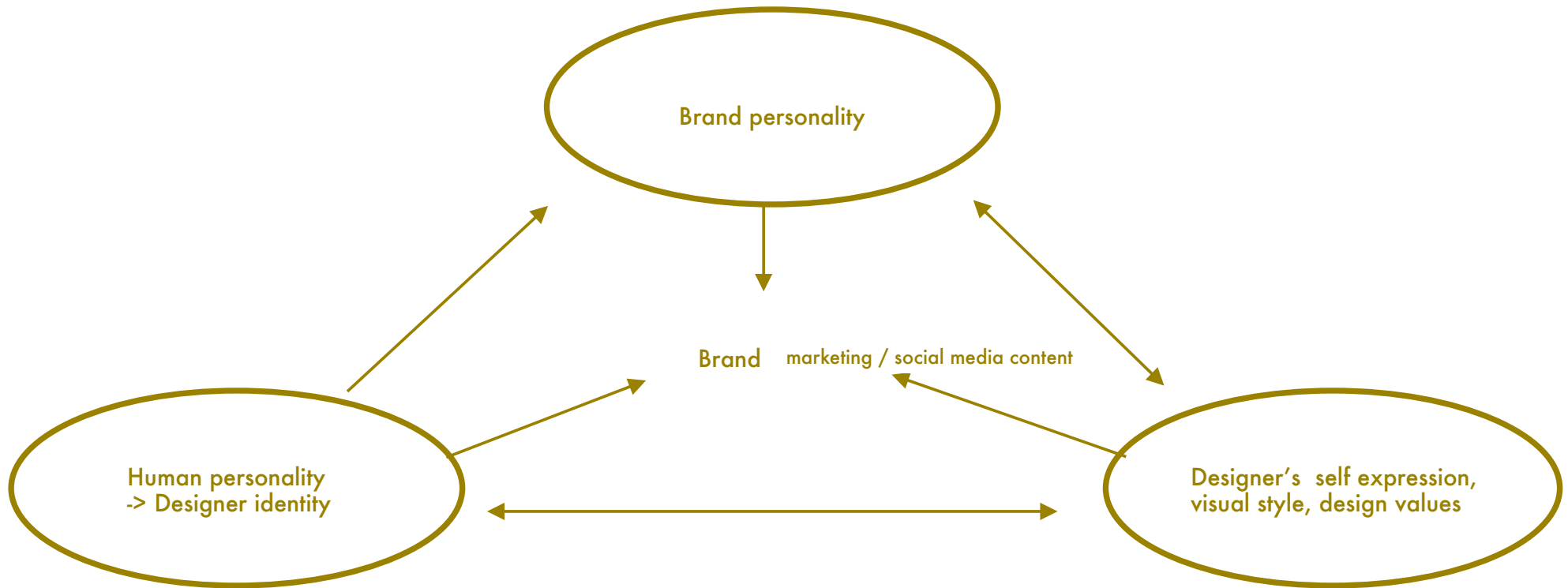
# Työskentely näkyvyyttä vastaan: Yritysyhteistyöt

---

TEE KIRJALLINEN SOPIMUS! (tai ainakin jätä kirjallinen "jälki", kuten sähköposti)  
Mieti, kuinka yritys hyötyy yhteistyöstä kanssasi

A woman is holding a large, circular, gold-rimmed mirror. The mirror reflects a bouquet of flowers, including pink anemones, white hydrangeas, orange lilies, and yellow flowers. The woman's face is also reflected in the mirror, showing her dark hair and a silver hoop earring. She is wearing a purple long-sleeved shirt. The background is a plain, light-colored wall.

Miten luoda  
brändin mukaista  
sisältöä?



Adapted from Iso-Berg (2015:55)



# Pähkinäkuoressa:

---

Sosiaalisessa mediassa läsnäolo ja markkinointi ovat tehokkaimmillaan, kun niillä pyritään edistämään jotain todellista ja johon ihmiset todella uskovat. Persoonallisuutesi vaikuttaa visuaaliseen sisältöön, äänensävyyn ja suunnittelemiisi tuotteisiin ja siksi sillä on valtava vaikutus suunnittelu/suunnittelijabrändiisi. Mitä enemmän tunnet itsesi ja pystyt seisomaan valitsemiesi medioiden sekä tyyllisten valintojen takana plus perustelemaan ja puolustamaan niitä, sitä enemmän tuottamastasi sisällöstä voi olla hyötyä sosiaalisen median seuraajillesi suunnittelijana ja designbrändinä. On elintärkeää ymmärtää, että suunnittelijabrändillesi tuottamasi sosiaalisen median sisältö ei saa olla päälleliimattua ja ulkopuolelta tulevaa, vaan sen tulisi ammentaa sinusta itsestäsi ja siitä, mikä sinulle tulee luonnostaan. Jos olet yksityinen etkä halua jakaa yksityiselämäsi, se on täysin ok. Jos kuitenkin olet avoimempi henkilökohtaiselle brändäykselle sosiaalisessa mediassa, suhteellisuus voi olla valtava "myyntivaltti" brändillesi. On tärkeää pohtia tätä ennen kuin aloitat brändisi, jotta muut ihmiset voivat löytää, ymmärtää ja tukea brändiäsi ja sinä voit seistä valintojesi takana. Jokainen sosiaalisessa mediassa tekemäsi suunnitteluvaihtoehto (sisällöntuotanto, vuorovaikutus jne.) kommunikoi sijaituksesi kentällä ja positioitumisesi kilpailijoihin nähden.

# 5 tärkeintä asiaa, jotka kannattaa muistaa sosiaalisessa mediassa

---

# 1. Ajattele brändisi kohdeasiakasta - mitä tietoja he etsivät

Minkää ongelman / kivun sinä ratkaiset heille?

## 2. MITTAA ja muista analytiikan hyödyntäminen

### 3. Älä vertaa itseäsi liikaa muihin

Kaikilla muotoilun ja muodin kentällä menee todellisuudessa huonommin kuin mitä some antaa ymmärtää

### 3. Kun epäröit, mieti mistä rahat tulevat

Kaikki ovat PA. Mieti, mitä voit tehdä fiksusti pienellä budjetilla ja mikä antaa sinulle parhaan tuoton ponnistelullesi

## 4. Pysy uskollisena persoonallisuudellesi ja tyylillesi

### 5. Ole selvästi erottuva ja rohkea (jopa röyhkeä)

Sosiaalinen media on todistetusti kamala paikka, mutta ihmisten on pystyttävä löytämään ja ostamaan suunnittelumme ja tuotteemme. Meidän kaikkien on maksettava laskut

---

Hang in there!

# 4. Viikkotehtävä: Osaamiseni

Mitä muuta olet tehnyt tähän mennessä? Oletko ollut töissä, mitä harrastat? Mitä osaamista olet hankkinut niiden kautta, mitä olet oppinut? Kirjoita lyhyt teksti (max. 300 sanaa) ja palauta tehtävä viimeistään perjantaina 2.2. MyCoursen palautuslaatikkoon.

## Lopuksi:

# You RULEZ.

---

Jos kirjoittaminen joskus ahdistaa, muista, että tämä teksti on jo varmasti paljon parempi kuin edeltävät mitä oot kirjottanut! Ja niistäkin selvisit



## Kiitos ajastanne!

Nähdään ensi viikolla, laittakaa viestiä jos haluatte kysyä jotain :)

Sarianna Niskala  
sarianna.niskala@aalto.fi  
info@sariannaniskala.com  
+358505011554  
www.sariannaniskala.com