

Koulutusala Kulttuuriala	
Koulutusohjelma Muotoilun koulutusohjelma	
Työn tekijä(t) Jouni Haapamäki	
Työn nimi Brändin rakentamisen pohjatyö aloittavalle huonekaluvalmistajalle	
Päiväys 21.5.2014	Sivumäärä/Liitteet 35
Ohjaaja(t) Ari Tarvainen	
Toimeksiantaja/Yhteistyökumppani(t)	
Tiivistelmä <p>Opinnäytetyössä etsitään ja sovelletaan keinoja aloittavan huonekaluvalmistajan brändin rakentamisen pohjaksi. Työssä tutustutaan brändimailman käsitteisiin ja lainalaisuuksiin, joiden ymmärtäminen on edellytys toimivan brändityön toteuttamiselle. Huolimatta siitä, että työssä perehdytään brändin rakentamiseen kokonaisvaltaisesti, on tarkoitus keskittyä toimiin, jotka ovat elintärkeitä liiketoiminnan alkuvaiheessa.</p> <p>Yrityksen perustamisvaiheessa on tärkeää tehdä ne valinnat, jotka tulevat vaikuttamaan yrityksen imagoon. Niillä on suuri vaikutus kohderyhmien valitsemisen ja viestinnän toteuttamisen kannalta. Valinnat ovat suuntaviivojen vetämistä kohti menestyvää liiketoimintaa. Valintoihin täytyy pystyä sitoutumaan, mutta on liiketoiminnan kannalta ratkaisevaa, että niitä tarkastellaan myös kriittisesti aika-ajoin. Opinnäytetyössä tehdään näitä valintoja ja niiden pohjalta toteutetaan visuaalisia elementtejä brändikirjan muodossa.</p> <p>Työn tietoperusta koostuu pääasiassa aihetta käsittelevästä kirjallisuudesta ja asiantuntijoiden kirjoituksista verkossa.</p>	
Avainsanat Brändikirja, positiointi, erilaistuminen, yrittäjyys	

Field of Study Culture			
Degree Programme Degree Programme in Design			
Author(s) Jouni Haapamäki			
Title of Thesis Building brand basis for starting furniture manufacturer			
Date	21.5.2014	Pages/Appendices	35
Supervisor(s) Ari Tarvainen			
Client Organisation /Partners			
<p>Abstract</p> <p>In this thesis branding is researched and then applied to practice as a preliminary brandbase built for starting furniture manufacturer. The concepts and laws of branding are examined carefully to require knowledge and understanding of effective brand management and development tactics. The emphasis is on knowledge essential for the first phases of setting up a business.</p> <p>Prior to setting up a business it is important to make correct choices concerning the corporate image. These choices will influence how well the target group is reached and how worthwhile the commercial communication tactic is. Sticking to these choices and reassessing them constantly is important for maintaining a company's image. The product of this thesis is a brand book containing these decisions for Karu Workshop.</p> <p>The information gathered in the theory part of the thesis is based on sources written by branding specialists, most of which have been published on the internet and in literary pieces.</p>			
Keywords Brand book, positioning, differentiation, entrepreneurship			