



THE  
**N°LUX**<sup>®</sup>  
NORTHERN LUXURY

TUOTTEESTA  
TUNTEEKSI

HANNA KALLIONIEMI

1

THE  
**N°LUX**<sup>®</sup>  
NORTHERN LUXURY

Oman tuotteen ja palvelun visuaalinen  
tarinankerronta ja oman tarinan  
sanoittaminen

Tuotepakettien rakentaminen

Yhteistyöverkoston hyödyntäminen



TAVOITE

2

THE  
**N° LUX**  
 NORTHERN LUXURY



Onko yrityksellä uniikki paikka maailmassa?

- Etsimällä paikkasi markkinassa minimoit kilpailun vaikutuksen ja maksimoit onnistumisen mahdollisuudet.

Tarjoatko asiakkaillesi selkeän syyn valita juuri teidät?

- Ymmärtämällä asiakkaitasi paremmin ja rakentamalla ylivoimaisen asiakashyödyn annat syyn valita teidät.

MIKSI

3

THE  
**N° LUX**  
 NORTHERN LUXURY

stay eat do relax shop events



RAKENNUSPALIKAT

4



THE  
**N° LUX**<sup>®</sup>  
 NORTHERN LUXURY

## VISUAALINEN TARINANKERRONTA

5

THE  
**N° LUX**<sup>®</sup>  
 NORTHERN LUXURY



Ensimmäinen mielikuva syntyy 0,05 sekunnissa.

94% mielikuvasta perustuu visuaalisiin elementteihin.

Ihminen käsittelee visuaaliset materiaalit 60.000 kertaa nopeammin kuin tekstin.

Nettisivuilla ihmiset katsovat kaikki kuvat, mutta lukevat vain 20% tekstistä.

90% ostopäätöksistä tehdään visuaalisten elementtien perusteella.

6

THE  
**N°LUX**  
NORTHERN LUXURY



Visuaaliset sosiaalisen median kanavat kasvavat edelleen

Instagram: 2 miljardia käyttäjää kuukaudessa

Pinterest: 433 miljoonaa aktiivista käyttäjää kuukaudessa

TikTok: 689 miljoonaa aktiivista käyttäjää kuukaudessa

© 2024 THE N°LUX GROUP

7

THE  
**N°LUX**  
NORTHERN LUXURY



MONIAISTILLISUUS JATTAA VAHVEMMAN MUISTIJALJEN

© 2024 THE N°LUX GROUP

8

THE  
**N°LUX**  
NORTHERN LUXURY




KERRO TARINASI

Visuaaliset elementit  
linkitettynä  
tarinankerrontaan ovat  
avain menestykseen.  
Luo tunteita.

9

THE  
**N°LUX**  
NORTHERN LUXURY



CASE: KLOBBEN

10

THE  
**N° LUX**  
NORTHERN LUXURY

CASE: VIA KARELIA

11

THE  
**N° LUX**  
NORTHERN LUXURY

OLE OMA ITSESI

Erottaudu rohkeasti  
 kilpailijoista ja ole oma  
 itsesi.  
 Määrittele omat luontaiset  
 vahvuutesi.  
 Ole aito ja alkuperäinen.

12

THE  
**N°LUX®**  
NORTHERN LUXURY



MAARITTELE KOHDEYLEISOSI

13

THE  
**N°LUX®**  
NORTHERN LUXURY



Kuva voi kertoa  
kokonaisen  
tarinan.

PANOSTA KUVIIN

14

THE  
**N°LUX**  
NORTHERN LUXURY



STAILAA JA YHDISTELE

15

THE  
**N°LUX**  
NORTHERN LUXURY



Viestinnän tulee  
vastata  
todellisuutta,  
mutta ei unohtaa  
luovuutta,  
mielikuvitusta ja  
tunnetta.

LUO TUNNELMIA

16



THE  
**N°LUX\***  
NORTHERN LUXURY



KAYTA MIELIKUVITUSTA

17

THE  
**N°LUX\***  
NORTHERN LUXURY



Suunnittele  
väriyhdistelmät  
ennakkoon.  
Kokeile myös  
vastavärejä.

KAYTA VAREJA

18

THE  
**N°LUX®**  
NORTHERN LUXURY



LUO KONTRASTEJA JA YLLÄTÄ

19

THE  
**N°LUX®**  
NORTHERN LUXURY



VALITSE OMA VARISKAALASI

20

THE  
**N°LUX**  
 NORTHERN LUXURY



Käytä luovuutta,  
 mielikuvitusta ja  
 tunnetta.  
 Huomioi kuvien  
 erilaiset  
 käyttötarkoitukset jo  
 suunnitteluvaiheessa.

VALITSE KUVIA ERI TARPEISIIN

21

THE  
**N°LUX**  
 NORTHERN LUXURY



Kiinnitä huomiota myös  
 pieniin yksityiskohtiin,  
 myös rosoisiin.  
 Estetiikka viehättää  
 kaikkia.

HUOMIOI PIENET YKSITYISKOHDAT

22

THE  
**N° LUX**  
NORTHERN LUXURY



YKSINKERTAINENKIN ON KAUNISTA

23

THE  
**N° LUX**  
NORTHERN LUXURY



HYODYNNA ALUEEN VETOVOIMA

24

THE  
**N°LUX**  
 NORTHERN LUXURY



Ota maisema päärooliin ja  
 anna sen imaista asiakas.

Anna asiakkaalle  
 mahdollisuus kokea  
 maisema kaikilla aisteilla.

OTA MAISEMA OSAKSI TARINAA

25

THE  
**N°LUX**  
 NORTHERN LUXURY



Ota huomioon  
 äänimaailma palveluiden  
 suunnittelussa.

LUO ÄÄNIMUISTOJA

26

THE  
**N°LUX**  
NORTHERN LUXURY



HUOMIO VALAISTUS

27

THE  
**N°LUX**  
NORTHERN LUXURY



ANNA EL'AMAN NAKYA

28

THE  
**N°LUX®**  
 NORTHERN LUXURY



Vaali paikallisia ruokaperinteitä ja nosta esille perinneruokia.

Kehitä uusia tuotteita tukemaan tarinaa.

VAALI PERINTEITA

29

THE  
**N°LUX®**  
 NORTHERN LUXURY



Visuaalisuudessa tulee huomoida myös vastuullisuus.

Elämysiltä toivotaan ympäristöystävällisyyttä ja kestävyyttä sekä taloudellista että sosiaalista vastuullisuutta.

HUOMIOI VASTUULLISUUS

30

THE  
**N°LUX**<sup>®</sup>  
NORTHERN LUXURY



Hanna Kallioniemi  
Building networks  
+358 40 530 2999 / hanna@nlux.fi

[www.nluxcollection.com](http://www.nluxcollection.com)

[Instagram](#) [Facebook](#) [LinkedIn](#)

OTA YHTEYTÄ