

Porin yliopistokeskus – Gradupodi

Tekstivastine – Elina Hietaoja: Ikonisen perinnebrändin uudistus emotionaalisen brändikokemuksen näkökulmasta – case littala

Podcast-jaksossa haastatellaan Elina Hietaojaa, joka kertoo gradustaan littalan brändiuudistuksesta. Tutkimuksessa tarkastellaan asiakkaiden emotionaalisia reaktioita ikonisen perinnebrändin visuaaliseen uudistukseen.

Jakson pituus 32 minuuttia. Julkaistu Youtubessa 2.4.2026.

Intro. Musiikkia.

Antti-Jussi Marjamäki:

Tervetuloa Porin yliopistokeskuksen podcast-minisarjan ensimmäisen jakson pariin. Tämän podcastin aiheena ovat graduntekijät ja gradutyöt. Keskustelemme graduprosessista, työn taustoista sekä siitä, mihin työ lopulta johtaa.

Tänään ensimmäisenä haastateltavana on Elina Hietaoja, ja minä toimin haastattelijana.

Tervetuloa Elina. Voisitko aloittaa kertomalla lyhyesti, mistä gradussasi on kyse?

Elina Hietaoja:

Graduni käsittelee ikonisen perinnebrändin uudistusta emotionaalisen brändikokemuksen näkökulmasta. Tarkastelen työssäni littalan brändiuudistusta, joka tehtiin keväällä 2024.

Tutkimuksessa selvitän asiakkaiden reaktioita tähän uudistukseen. Monet muistavatkin, että uudistus herätti paljon keskustelua ja jopa kohua, kun logo, värimaailma ja visuaalinen ilme muuttuivat.

Minua alkoi kiinnostaa erityisesti se, miksi ihmiset reagoivat uudistukseen niin voimakkaasti ja mistä sosiaalisessa mediassa nähty keskustelu ja kritiikki kumpusivat.

Tausta ja opintopolku

Antti-Jussi Marjamäki:

Kerro vähän itsestäsi ja taustastasi. Miten päädyit opiskelemaan tätä alaa ja tekemään juuri tällaisen gradun?

Elina Hietaoja:

Asun Turussa ja olen 28-vuotias. Opiskelen maisterivaiheessa Porin yliopistokeskuksessa Turun kauppakorkeakoulussa, ja valmistuminen on pian edessä.

Taustaltani olen tradenomi. Opiskelin liiketaloutta Turun ammattikorkeakoulussa ja suuntauduin jo siellä markkinointiin.

Minua on aina kiinnostanut erityisesti liiketoiminnan asiakaslähtöinen näkökulma ja se, miksi ihmiset käyttäytyvät kuluttajina tietyllä tavalla. Psykologinen näkökulma markkinointiin kiehtoo minua paljon.

Tradenomiksi valmistumisen jälkeen olin hetken töissä, mutta olin jo pitkään ajatellut jatkavani maisteriopintoihin ja hakevani ekonomin tutkinnon.

Antti-Jussi Marjamäki:

Miten päädyit opiskelemaan Poriin?

Elina Hietaoja:

Hain alun perin Turkuun, mutta laitoin Porin toiseksi vaihtoehdoksi yhteishaussa ja pääsin tänne.

Olen ollut todella tyytyväinen ratkaisuun. Porin yliopistokeskus on mukava opiskeluyhteisö ja kurssien suorittaminen on joustavaa. Lisäksi yksi vanha opiskelukaverini oli opiskellut täällä ja kehunut paikkaa.

Gradun aiheen valinta**Antti-Jussi Marjamäki:**

Miten gradun aihe lopulta löytyi?

Elina Hietaoja:

Kun tiesin aloittavani gradun syksyllä, mietin pitkään sopivaa aihetta. Lopulta keskustelin asiasta ohjaajani kanssa, ja tämä aihe alkoi tuntua hyvin kiinnostavalta.

Työkokemukseni liittyy osittain kodin tuotteisiin ja asiakasrajapintaan, joten littala tuntui luontevalta tutkimuskohteelta.

Lisäksi minulla on henkilökohtainen kiinnostus sisustukseen ja litalan tuotteisiin, joten aihe tuntui aidosti merkitykselliseltä.

Graduprosessi**Antti-Jussi Marjamäki:**

Millainen gradun tekemisen prosessi oli?

Elina Hietaoja:

Aluksi piti määritellä tutkimuskysymys yhdessä ohjaajan kanssa. Se oli ehkä koko prosessin vaikein vaihe.

Haasteena oli rajata aihe tarkasti ja löytää tutkimusaukko: mitä on jo tutkittu, mitä ei vielä ole tutkittu.

Lopulta selvisi, että perinnebrändien tutkimusta asiakkaiden näkökulmasta on yllättävän vähän, joten siitä löytyi hyvä tutkimusnäkökulma.

Sen jälkeen kirjoitin teoriaosuuden ja etsin paljon lähteitä. Alku tuntui hitaalta, mutta syksyn aikana teoria alkoi hahmottua.

Keväällä siirryin empiiriseen osaan. Tutkimusmenetelminä käytin netnografiaa (sosiaalisen median kommenttien analyysi) ja asiakashaastatteluja.

Haastattelin kuutta litalan kanta-asiakasta. Haastattelut olivat erittäin mielenkiintoisia, koska keskustelimme paljon asiakkaiden tunteista ja reaktioista brändiuudistukseen.

Tutkimuksen tulokset

Antti-Jussi Marjamäki:

Mitä keskeisiä tuloksia tutkimuksestasi löytyi?

Elina Hietaoja:

Keskeinen tulos oli se, että ikonisen perinnebrändin uudistus voi herättää erittäin voimakkaita ja ristiriitaisia tunteita asiakkaissa.

Visuaalinen uudistus herätti esimerkiksi järkytystä, pettymystä, surua, jopa vihaa. Monet kokivat uudistuksen liian radikaaliksi.

Toisaalta osa asiakkaista suhtautui uudistukseen hyvin positiivisesti ja piti sitä rohkeana ja inspiroivana.

Tutkimus osoitti, että asiakkaiden reaktiot voivat jakautua voimakkaasti kahteen suuntaan.

Toinen tärkeä havainto oli, että perinnebrändit voivat olla osa kansallista kulttuuriperintöä.

Monet asiakkaat kokivat litalan tuotteet osaksi suomalaista identiteettiä ja arkea. Esimerkiksi Aalto-maljako mainittiin usein esimerkkinä tuotteesta, joka löytyy monista suomalaiskodeista.

Gradun merkitys ja opit

Antti-Jussi Marjamäki:

Mitä gradun tekeminen opetti sinulle?

Elina Hietaoja:

Tämä on ollut selvästi laajin työ, jonka olen koskaan tehnyt. Gradun tekeminen opetti erityisesti tieteellisen kirjoittamisen taitoja, tutkimusprosessin hallintaa ja tiedon jäsentämistä.

Lisäksi opin paljon tutkimuksen tekemisestä ja sain varmuutta siihen, että voisin halutessani jatkaa myös tohtoriopintoihin.

Vinkkejä graduntekijöille

Antti-Jussi Marjamäki:

Mitä neuvoja antaisit graduntekijöille?

Elina Hietaoja:

Tärkein neuvo on pilkkoa työ pieniin osiin.

Ei kannata ajatella koko gradua kerralla, vaan keskittyä yhteen osioon kerrallaan: johdanto, teoria, tulokset ja johtopäätökset.

Lisäksi kannattaa suunnitella oma ajankäyttö ja käyttää esimerkiksi kalenteria.

Myös armollisuus itseä kohtaan on tärkeää. Kaikkina päivinä ei tarvitse kirjoittaa tuntikausia – joskus jo pieni edistys riittää.

Tulevaisuuden suunnitelmat

Antti-Jussi Marjamäki:

Mitä suunnittelet valmistumisen jälkeen?

Elina Hietaoja:

Haluaisin työskennellä markkinoinnin parissa, erityisesti tunnettujen brändien kanssa.

Olen myös kiinnostunut kansainvälisistä mahdollisuuksista.

Toinen mahdollinen urapolku voisi olla henkilöstöjohtaminen, jota olen opiskellut sivuaineena.

Antti-Jussi Marjamäki:

Kiitos paljon keskustelusta.

Outro. Musiikkia.
