



SAVONIA

OPINNÄYTETYÖ - AMMATTIKORKEAKOULUTUTKINTO
KULTTUURIALA

KIERTOTALOUDEN SOVELTAMINEN MYYMÄLÄSUUNNITTELUSSA

Chic Chic Accessoriesin myymäläsuunnitelma

TEKIJÄ: Lotta Korhonen

Koulutusala Kulttuuriala	
Koulutusohjelma/Tutkinto-ohjelma Muotoilun tutkinto-ohjelma	
Työn tekijä Lotta Korhonen	
Työn nimi Kiertotalouden soveltaminen myymäläsuunnittelussa – Chic Chic Accessoriesin myymäläsuunnitelma	
Päiväys	17.5.2018
Sivumäärä/Liitteet	69 s.
Ohjaaja Jarmo Ruokonen	
Toimeksiantaja/Yhteistyökumppani Chic Chic Accessories	
<p>Tiivistelmä</p> <p>Opinnäytetyön aiheena oli laatia ja toteuttaa myymäläsuunnitelma suonenjokelaiselle asuste- ja vaateliike Chic Chic Accessoriesille. Myymäläsuunnittelussa tuli käyttää hyödyksi kierrätettyä materiaalia, mikä tarkoitti mm. käytettyjä huonekaluja, tekstiilejä ja tavaroita. Tavoitteena oli myös tukea paikallisia yrityksiä.</p> <p>Chic Chic Accessories on yhden naisen yritys Suonenjoella Pohjois-Savossa. Yritys on perustettu vuonna 2010 ja yrittäjänä toimii Erja Kotta. Liike myy asusteita ja vaatteita pääasiassa yli 40-vuotiaille naisille. Uutena palveluna yritykseen on tulossa juhlapukujen vuokrauspalvelu, jolle myös suunniteltiin tilat.</p> <p>Kiertotalous on laaja käsite, johon kuuluu kierrättämisen lisäksi myös muun muassa materiaalien ja tuotteiden uusiokäyttöä ja erilaisten palveluiden hyödyntämistä. Kiertotalouden tarkoituksena on pidentää tuotteiden käyttöikää pitämällä raaka-aineet ja materiaalit käytössä niin pitkään kuin mahdollista, jotta niiden arvo säilyisi.</p> <p>Tässä opinnäytetyössä kerrotaan ensin kierrätetyistä materiaaleista ja keskitytään sen hyödyntämiseen sisustamisessa ja materiaalien käytössä. Opinnäytetyössä kerrotaan myös kirpputoritoiminnasta eli kierrätetyn tavaran myymisestä ja ostamisesta. Teoriaosuuden jälkeen esitellään Chic Chic Accessoriesin toimeksianto, sen lähtökohdat, suunnitelmat ja niiden toteutukset.</p>	
<p>Avainsanat</p> <p>kiertotalous, kierrättäminen, kirpputori, myymäläsuunnittelu, tilasuunnittelu, myymäläkalusteet, vaateliike, visuaalinen markkinointi</p>	

Field of Study Culture			
Degree Programme Degree Programme in Design			
Author Lotta Korhonen			
Title of Thesis Bringing Circular Economy Approach to Shop Design – A Shop Design for Chic Chic Accessories			
Date	17.5.2018	Pages/Appendices	69 p.
Supervisor Jarmo Ruokonen			
Client Organisation/Partner Chic Chic Accessories			
<p>Abstract</p> <p>The purpose of the thesis was to create a new shop design for a small clothing store called Chic Chic Accessories. The aim was to apply circular economy approach to shop design which meant it was supposed to use only recycled and old pieces of furniture, textiles and goods in the design. The goal was also to support local companies.</p> <p>Chic Chic Accessories is a small retail store based in Suonenjoki, Finland. The company was founded in 2010. The owner – and the only employee of the business – is Erja Kotta. The store sells accessories and clothes for women over 40. The company is going to have a new concept which rents out second-hand gowns and accessories for women. An interior design for the room of second-hand gowns was also made and will be introduced in the thesis.</p> <p>Circular economy approach is a wide concept that includes e.g. recycling, reuse of materials and goods and use of different kind of services. The main goal of circular economy approach is to reduce waste and to keep materials and goods in use for as long as possible so that they will keep their value.</p> <p>First the thesis concentrates on circular economy approach and how to use it in interior design and in the use of materials. The focus is also on second hand shops and how they work (selling and buying). Next, the case, renovation and the final design for Chic Chic Accessories will be introduced.</p>			
<p>Keywords</p> <p>circular economy, recycling, second-hand, shop design, interior design, display cabinets, clothing store, visual merchandising</p>			

SISÄLTÖ

1. JOHDANTO	6
2. KIERTOTALOUS SISUSTAMISESSA JA RAKENTAMISESSA.....	7
2.1 Mitä on kiertotalous	7
2.2 Tuotteiden käyttöiän pidentäminen	8
2.3 Kierrättäminen - tekstiilit	9
2.4 Huonekalut kiertotaloudessa	10
2.5 Käytetyn tavaran myynti ja osto.....	12
2.6 Rakennusapteekin toiminta.....	14
3. MYYMÄLÄYMPÄRISTÖN SUUNNITTELU	16
3.1 Visuaalinen markkinointi myymälässä	16
3.2 Myymälän rakenne.....	17
3.3 Myymäläkalusteet	19
3.4 Värit, äänet ja tuoksut tilassa.....	19
3.5 Materiaalit	20
3.6 Valaistus	21
3.7 Näyteikkunasuunnittelu	22
4. CASE: CHIC CHIC ACCESSORIES	24
4.1 Yrityksen esittely.....	24
4.2 Toimeksianto ja lähtötilanne	24
4.3 Liiketilän pohjapiirros	25
5. JUHLAPUKUVUOKRAUSTILA – VARASTOSTA SALONGIKSI	26
5.1 Visuaaliset lähtökohdat suunnitteluun.....	26
5.2 Materiaalit ja pintaremontti.....	27
5.3 Kalusteiden ja tekstiilien valitseminen kiertotaloutta hyödyntäen	30
5.4 Rekvisiitan hankkiminen ja valaistus.....	33
5.5 Sametti Salonki.....	36
5.6 Tilan lopullinen visuaalinen ilme	37
6. MYYMÄLÄSUUNNITELMA.....	40
6.1 Visuaaliset lähtökohdat ja myymälän layout.....	40
6.2 Myymäläkalusteet	42
6.3 Irtokalusteet.....	45

6.4	Materiaalivalinnat.....	46
6.5	Remontin eteneminen	49
6.6	Kalusteiden ja tuotteiden sijoittaminen	51
6.7	Lopullinen myymälän ilme	52
6.8	Näyteikkunasuunnitelma.....	57
7.	PÄÄTÄNTÄ.....	61
	LÄHTEET	63

1. JOHDANTO

Opinnäytetyöni käsittelee kiertotaloutta ja myymäläsuunnittelua. Idea näihin aiheisiin syntyi syksyllä 2017, kun pääsin tekemään suonenjokelaiselle naisten asuste- ja vaate-liike Chic Chic Accessoriesille myymäläsuunnitelman. Tavoitteena oli käyttää mahdollisimman paljon kierrätettyjä kalusteita ja tekstiilejä, joiden myötä myös liikkeen visuaalinen ilme muodostuisi. Itseäni aihe kiinnosti ja halusin nähdä, kuinka pitkälle myymälän visuaalisessa ilmeessä päästäisiin kiertotaloutta hyödyntämällä. Yritykselle oli tulossa tiloihin myös uusi palvelu, jossa vuokrataan käytettyjä juhlapukuja naisille. Tilojen tuli tyyliltään huokua vanhaa tunnelmaa tukien samalla myytäviä tuotteita.

Olen koko opiskelujeni ajan ollut erityisen kiinnostunut myymälä- ja julkitilasuunnittelusta, joten aiheena tämä oli hyvä valinta opinnäytetyöksi. Kiertotalouteen en ollut aikaisemmin näin perusteellisesti tutustunut mitä opinnäytetyöprosessin aikana, ja opinkin paljon uutta. Kiertotalous on hyvin laaja käsite, joten rajasin oman näkökulmani niin, kuinka kiertotaloutta voi hyödyntää sisustamisessa. Tutustuin opinnäytetyötä tehdessäni kirpputorien ja Rakennusapteen toimintaan sekä muutama yrityksiin, jotka hyödyntävät kiertotaloutta toiminnassaan. On hyvä tietää, kuinka tuotteiden käyttöikä voi pidentää, jotta kaatopaikalle syntyvän jätteen määrä vähenisi.

Myymäläsuunnitelmaa lähdin tekemään jo syksyllä 2017, mutta koska kyseessä oli hieman poikkeuksellinen projekti kierrätystavaroiden ja -kalusteiden vuoksi, suunnitelma myös koko ajan kehittyi projektin aikana. Olin mukana koko remontissa ja liikkeen muutossa uusiin tiloihin aina alusta avajaispäivään saakka.

2. KIERTOTALOUS SISUSTAMISESSA JA RAKENTAMISESSA

Tässä luvussa kerron kiertotaloudesta. Kiertotalous on laaja käsite aina jätehuollosta digitaalisiin palvelualueisiin asti, joten tekstissäni aion keskittyä enimmäkseen tavarankiertoon ja materiaalien uusiokäyttöön sekä kiertotalouteen sisustamisessa.

2.1 Mitä on kiertotalous

Aikaisemmin käytetty ”kierrätysyhteiskunta”-termi on korvattu tällä vuosikymmenellä termillä ”kiertotalous”. Kiertotalouden ajatuksena on, että siirytään pois ”ota-tee-hylkää”-periaatteesta, sillä uusiutumattomat luonnonvarat loppuvat ajan myötä eikä niitä pystytä ikuisesti käyttämään. (Nygård 2016, 162.) Kiertotalouden tavoitteena on minimoida kaatopaikalle ja polttoon päätyvä jätteen synty. Kun tuotteet ja materiaalit pyritään säilyttämään käytössä mahdollisimman pitkään, niiden arvo säilyy ja jätettä syntyy vähemmän. Näin myös neitseellisten raaka-aineiden käyttötarve ja saasteet vähenevät kun uusien tuotteiden valmistustarve pienenee. Pelkistettynä kiertotalouden idea on siis pitkittää tuotteiden ja materiaalien elinkaarta mm. perinteisesti kierrättämällä, mutta myös uusiokäyttämällä materiaaleja uusiin käyttötarkoituksiin siten, että niiden laatu paranee ja arvo nousee. (Seppälä, Sahimaa, Honkatukia, Valve, Antikainen, Kautto, Myllymaa, Mäenpää, Salmenperä, Alhola, Kauppila ja Salminen 2016, 10–11, 25.)

Arvoa kiertotaloudessa pyritään luomaan aineettomasti erilaisilla palveluilla ja tämän vuoksi sitä pidetäänkin uutena talousmallina kierrättämisen ja ympäristöystävällisen toiminnan lisäksi. Kun tavaroita ja materiaaleja hyödynnetään jakamalla eikä pelkästään omistamalla, syntyy tuotteelle uudenlaista arvoa. (Elinkeinoelämän keskusliitto 2018.) Kiertotalous antaa yrityksille mahdollisuuden tarjota kiertotaloutta tukevia palveluita, ja siihen tulisikin pyrkiä uusien tuotteiden valmistamisen sijaan. Esimerkiksi erilaiset vuokrauspalvelut ja jakamismallit ovat keskeisessä osassa kiertotaloudessa. (Seppälä, Sahimaa ym. 2016, 13.) Suomen itsenäisyyden juhlarahasto Sitra huomauttaa sivuillaan, että alamme siirtyä aikakauteen, jossa emme pyri enää luomaan uutta tavaraa liukuhihnalta, vaan kulutus kohdistuu nimenomaan palveluiden erilaiseen hyödyntämiseen omistamisen sijaan. Hyvinvointi lisääntyy ja materiaaleja käytetään hyödyksi. Näin ollen kiertotalous tulisi vaikuttamaan myös Suomen kansantalouteen positiivisesti ajan myötä. Sitra määrittelee kiertotalouden talousmalliksi, jossa kulutus kohdistuu palveluiden hyödyntämiseen, kuten vuokraamiseen, jakamiseen sekä kierrättämiseen omistamisen ja uusien tuotteiden valmistamisen sijaan. (Suomen itsenäisyyden juhlarahasto SITRA 2018.)

Kiertotalouteen on siirryttävä jo maapallonkin takia; luonnonvarat vähenevät ja maailman väkiluku lisääntyy, minkä kautta länsimainen kulutusmalli leviää laajemmalle alueelle, ja kokonaisuudessaan tämä kaikki vaikuttaa suorasti ilmastonmuutokseen. Nykyinen kehitys ja kuluttaminen ei ole kestävä, joten ratkaisuna on kiertotalous. Kiertotaloudessa säästämme luonnonvaroja, jotka eivät enää uusiudu. (Elinkeinoelämän keskusliitto 2018.) Uusiutumattomien luonnonvarojen suuri käyttö aiheuttaa hiilidioksidipäästöjä, mikä taas vaikuttaa kasvihuoneilmiön kehittymiseen ja ilmastonmuutokseen.

Näin ollen se vaikuttaa ihmisten ja eläinten elämään sekä luontoon, joten hiilidioksidipäästöjä tulisi vähentää. Hiilijalanjälkeä voi pienentää esimerkiksi ostamalla kierrätettyä tavaraa. (Tori.fi 2018a.)

Kiertotalouden yhtenä tavoitteena on, että jo tuotteiden suunnittelu- ja valmistusvaiheessa otettaisiin huomioon tuotteen pysyminen mahdollisimman pitkään käytössä (Nygård 2016, 163). Esimerkiksi jos tuotteessa on käytetty monia eri muovilaatuja, on sen kierrättäminen vaikeampaa. Myös tuotteen muunneltavuus ja monikäyttöisyys pitkittää sen elinkaarta ja tukee näin kiertotalouden ajatusta. (Seppälä, Sahimaa ym. 2016, 14.) Kiertotalous on kierrätystä laajempi käsite, sillä kierrätyksessä pyritään luomaan uusia käyttökohteita jätteelle, kun taas kiertotalouteen kuuluu jätteen lisäksi myös mm. jakamistalous, uudelleenkäyttö ja laitteiden huolto. Kiertotaloudessa pyritään vähentämään kaikenlainen hävikki, kun tuote on tullut elinkaarensa päähän. (Nygård 2016, 162–163.)

”Kiertotaloudessa toisen jäte on usein toisen raaka-aine”, mainitaan Suomen ympäristökeskus SYKE:n laatimassa Ympäristön tila 2/2017-katsauksessa. Tämän vuoksi on luotava palvelu-, tuote- ja liiketoimintamalleja, jotta tuotteita pystytään mahdollisimman hyvin valmistamaan ja käyttämään uudelleen sekä kierrättämään materiaaleja. (Suomen ympäristökeskus SYKE 2017, 1.) Esimerkiksi suomalainen yritys Tarpaper Recycling valmistaa asfalttia taloista puretuista kattohuovista. Yritys siis säästää luonnonvaroja luomalla huovista uusiomateriaalia asfaltin valmistukseen. (Elinkeinoelämän keskusliitto 2018.) Tekstiilialalla puolestaan esimerkiksi Patagonia-brändi on hyvä esimerkki ympäristöystävällisestä yritystoiminnasta. Yritys pyrkii vähentämään valmistuksessa ympäristöhaittoja sekä käyttää tuotteissaan jo vuosikymmenten kokemuksella mm. kierrätyspolyesteria ja luomupuuvillaa. (Camu 2018.) Patagonia tarjoaa tuotteilleen myös kunnostuspalveluita (Seppälä, Sahimaa ym. 2016, 23).

2.2 Tuotteiden käyttöiän pidentäminen

Tuotteiden käyttöikä voidaan pidentää mm. kunnostamalla, uudelleentalmistamalla, päivittämällä tai uudelleenkäyttämällä niitä. Esimerkiksi kunnostaminen on hyvä tapa lisätä tuotteen elinikää; silloin ei tarvitse ostaa uutta tuotetta ja näin ollen se on ympäristöystävällinen valinta. Yritykset, jotka tarjoavat kunnostusta tai varaosamyyntiä, hyötyvät samalla. Kunnostaminen voi tarkoittaa myös tuotteen ylläpitoa ja huoltoa, esimerkiksi teknistä tukea. (Seppälä, Sahimaa ym. 2016, 22.)

Tuotteen uudelleenkäyttö tarkoittaa sitä, että tuote kokonaisuudessaan tai sen osat voidaan käyttää samaan tarkoitukseen kuin se alun perinkin on tarkoitettu. Käytettyjä tavaroita voi ostaa ja myydä toisille käytettäväksi esimerkiksi kirpputorien kautta. Tuotteen arvo pysyy korkeampana uudelleenkäytössä kuin pelkässä kierrätyksessä, sillä tuotteeseen on sitoutunut tietty arvo eri valmistusvaiheissa. Uusiin tuotteisiin käytetty materiaalien kulutus vähenee uudelleenkäytön myötä. Joissain tapauksissa kuitenkin uuden tuotteen ostaminen on perusteltua esimerkiksi energiankulutuksen vuoksi; kuten vaikka elektroniset laitteet, joiden energiatehokkuus voi olla parempi uutena. (Seppälä, Sahimaa ym 2016, 23.)

Tuotteen uudelleentalmistuksella puolestaan tarkoitetaan prosessia, johon voi sisältyä mm. osien purkamista ja uudelleen kokoamista niin, että lopputuloksena valmistuu joko yhtä hyvä tai parempi

tuote kuin aikaisemmin. Uudelleenvalmistus on tärkeää, sillä sitä kautta saadaan esimerkiksi monet metallit pysymään käytössä pidempään. Varsinkin sellaisiin tuotteisiin, joihin on sitoutunut paljon materiaalia, työtunteja ja ovat kestäviä ja helppoja purkaa osiin, sovelletaan uudelleenvalmistusta. Siksi jo valmistusvaiheessa tulisi ottaa huomioon mm. tuotteen purettavuus ja uudelleenkokoamisen helppous, jotta uudelleenvalmistus olisi mahdollisimman vaivatonta. Hyvä esimerkki uudelleenvalmistukseen sopivista tuotteista ovat moottorit ja niiden osat. (Seppälä, Sahimaa ym 2016, 24.)

”Tasa-arvo, etiikka, kestävä kehitys ja kiertotalous – nämä ovat muotoilun uuden aikakauden trendejä”, vakuuttaa Leyla Acaroglu kirjassa Designin uusi aalto (2018, 35). Olemme oppineet pitämään kertakäyttöä ja hyperkulutusta normaalina, sillä muotoilu vaikuttaa tapaamme elää. Muotoilussa pitäisi pyrkiä siihen, että jo suunnitteluvaiheessa suunnittelija ja valmistaja mieltäisivät tarkkaan valintojaan ja niiden vaikutusta mm. ihmisten elämään ja maapalloon. (Acaroglu 2018, 35.)

Vivi Koivisto (2017, 5-6) kertoo opinnäytetyössään viitaten McDonoughin ja Braungartin kirjaan Upcycle (McDonough & Braungart 2013), että kun raaka-aineita käytetään tai muotoillaan uudelleen, niiden arvo nousee, jolloin kyseessä ns. upcycling. Esimerkiksi tuotannon ylijäämä-, hukka- tai sivutuotteiden materiaalit voidaan hyödyntää näin ja kasvattaa materiaalien arvoa sen sijaan, että ne heitettäisiin pois.

Lisäksi kierrätys, materiaalien uusiokäyttö, lajittelu, kunnostaminen, huolto yms. kiertotalouteen kuuluvat osa-alueet synnyttävät uusia työpaikkoja ja lisäävät työvoiman tarvetta, mikä puolestaan vaikuttaa työllisyyden kasvuun ja sitä kautta talouteen ja ihmisten hyvinvointiin positiivisesti. (Lappeenrannan teknillinen yliopisto LUT 2018.)

Suomalainen Destaclean Oy on esimerkki materiaalien kierrätysalan yrityksestä. Sen tavoitteena on edistää rakennus-, puu- ja pakkausmateriaalien kierrätystä ja kehittää uusia kierrätysmateriaaleja sekä -tuotteita. (Destaclean Oy 2018.) He toimivat kierrätyksen alusta kierrätyksen loppuun, eli jätemateriaalin vastaanotosta aina uuden tuotteen tai materiaalin valmistukseen saakka. Yritys on mm. kehittänyt materiaalin nimeltä Destaclean® Puukivi, jossa osa betonituotteissa käytetystä kiviaineksesta on korvattu kierrätetyllä puukuidulla. Puukiveä käytetään mm. piharakentamisessa. Destacleanin ratkaisut ovat ekologisia ja esimerkiksi kierrätettyä puukuitua käyttämällä luonnon sora- ja kiviainesta ei tarvitse louhia. (Suomen itsenäisyydenjuhlarahasto SITRA 2017-05-19b.)

2.3 Kierrättäminen - tekstiilit

Tekstiilien uudelleenkäyttö on nykyään tyylikästä – esimerkiksi uutta elämää vanhoille verhoille voi miettiä tuolien istuimina tai muokata vanhasta villapaidasta tai farkuista irtotyynyjä. Käytetyissä tekstiileissä on oma viehätyksensä ja miellyttävä kosketuspinta. (Wilson 2009, 22.)

Tekstiilien valmistuksessa käytetään luonnolle haitallisia kemikaaleja sekä paljon vettä ja energiaa. Näin ollen ympäristö kuormittuu tekstiilien tuotannosta ja käytöstä. Toivottavaa olisikin, että tekstiilijätettä pystyttäisiin vähentämään ja jo syntynyttä tekstiilijätettä ja tekstiilejä hyödyntämään käyttä-

mällä niitä uudelleen ja kierrättämällä. Kuluttajia tulisi rohkaista ostamaan tekstiilejä, jotka ovat kierrätettyjä ja korjattavissa, mikä myös vähentäisi tekstiilijätteen syntymistä. Tälle alalle kaivataan toimijoita, jotka pystyisivät käyttämään kierrätystekstiilejä tuotteissaan. (Suomen ympäristökeskus SYKE 2017, 3.)

Yhden vuoden aikana Suomessa kertyy tekstiilijätettä yli 70 miljoonaa kiloa. Puuvilla on suosittu materiaali mm. lakanoissa ja pyyhkeissä, mutta sen tuottamiseen kuuluu suuria määriä vettä, kemikaaleja ja maa-pinta-alaa, jotka sijaitsevat maissa, joissa kärsitään jo vedenpuutteesta. Muun muassa Finlayson on tehnyt vanhojen tekstiilien kierrättämisen kuluttajalle mahdolliseksi. Myymälään voi viedä mm. vanhoja lakanoita ja farkkuja, ja niitä vastaan kuluttaja saa alennuskupongin. Vanhoista tekstiileistä tehdään mm. matonkuteita ja siistit lakanat lähetetään edelleenprosessoitaviksi. Kaikki tekstiilit kunnosta riippumatta kierrätetään jollain tapaa, esimerkiksi vanhat farkut päätyvät lopulta pyyhkeiksi eri vaiheiden jälkeen. Finlayson myy kierrätetyistä materiaaleista tehtyjä tuotteitaan myymälöissään ja näin vähentävät tekstiilijätteen määrää, joka päätyisi polttoon. (Suomen itsenäisyyden juhlarahasto SITRA 2017-05-19a)

Myös suomalainen Pure Waste Textiles hyödyntää tekstiilijätettä tuotteissaan. Yritys saa mm. Kiinasta ja Intiasta tekstiilijätepaloja, jotka syntyvät leikkuujätteenä suurista tekstiilimääristä esimerkiksi vaatetuotannossa. Materiaalit käsitellään uudeksi materiaaliksi, langoiksi ja kankaiksi, joista sitten valmistetaan vaatteita ja asusteita sekä metritavarana kangasta. Pyrkimyksenä yrityksellä on valmistaa kankaita ja lankoja, jotka ovat 100 prosenttisesti kierrätettyjä. (Erkinheimo 2013.)

2.4 Huonekalut kiertotaloudessa

Parhaimmillaan huonekalut ovat kuin arvo-esineitä, jotka hyvin huollettuina jatkavat elämäänsä sukupolvelta toiselle. Turhan usein huonekalu päättyy liian aikaisin kierrätykseen ja polttoon. Jotta huonekalun pitkä käyttöikä – ja näin ollen kiertotalouden toteutuminen - voidaan varmistaa, tulee kalusteitakin huoltaa ja kunnostaa. Usein ajatellaan, että uudet huonekalut ovat parempia kuin vanhat, mutta ne saattavatkin hajota helposti heikkojen materiaalivalintojen ja liitoksien vuoksi, eikä niitä pystytä korjaamaan. Esimerkiksi uudella verhoilulla voi pitkittää huonekalun elinkaarta. Sisustuslalla verhoilijat ovat näin ollen tärkeä osa kiertotaloutta ja heille onkin nykyään paljon kysyntää. Tilatessaan uuden verhoilun vaikkapa vanhaan sohvaan asiakas saa persoonallisen ja laadukkaan huonekalun, jonka käyttöikä pitenee ja joka on ympäristöystävällisempi valinta. Kotitaloussasiakkaiden lisäksi myös yritykset voivat hyödyntää verhoilijoiden ammattitaitoa. (Suomen itsenäisyyden juhlarahasto SITRA 2017-12-28b.)

Kun yritykset uusivat käyttökelpoisia toimistokalusteita, eivät ne aina päädy käytettäväksi uudelleen, vaan useimmiten suoraan materiaalikeräykseen ja polttoon (Suomen itsenäisyyden juhlarahasto SITRA 2017-05-20b). Tutkimusten mukaan Suomessa yli 100 000 tonnia kalusteita joutuu vuosittain pois käytöstä jätteeksi, kun kierrättää pystyisi noin 70–80 % kalusteista. Martela-konserni tarjoaa kalusteiden kunnostus- ja huoltopalvelua, minkä avulla kalusteiden käyttöikä voidaan pidentää ja näin vähentää ympäristön kuormittamista. Jos alkuperäinen omistaja ei kalusteita enää tarvitse,

myydään ne eteenpäin kierrätettyinä uusille ostajille myymälöissä ja verkkokaupassa. Jos kalustetta ei pystytä jostain syystä kunnostamaan, puretaan se osiin ja kalusteen eri osat lajitellaan ja hyötykäytetään. Esimerkiksi metalliosat pystytään hyödyntämään materiaalien uusioraaka-aineina. (Martela 2018.)

Suomessa toimii myös RealGreen-kiertotalouskonsepti, jonka päämääränä on saada käytetyt toimistokalusteet uudelleen käyttöön ja näin pidentää niiden elinkaarta. RealGreen-konseptissa Pa-Ri Materia Oy toimii yhdessä kalustevalmistaja Iskun ja kuljetusyhtiö Niemi Palvelut Oy:n kanssa; Pari-Materia Oy ottaa vastaan käytettyjä toimistokalusteita, tarvittaessa kunnostaa niitä ja myy eteenpäin. Koska kaikki Pari-Materian hankkimat kalusteet tulevat yrityksen omistukseen – joko ostamalla tai luovuttajan maksaessa kierrättämisestä - tarvitsee kalusteille olla suuret varastointilat. RealGreen-konsepti onkin Suomessa ainoa, joka käsittelee suuria määriä käytettyjä toimistokalusteita ja ohjaa niitä uudelleenkäyttöön. Esimerkiksi vuonna 2016 tämän konseptin avulla saatiin toimistokalusteita uudelleenkäyttöön määrä, joka vastasi noin tuhatta rekallista. Etuna toimistokalusteita hankkivalle on nopea toimitusaikataulu ja kalusteiden saatavuus, kun taas kalusteista luopuvalle tämä on edullisempi vaihtoehto kuin kalusteiden vieminen kaatopaikalle – kaiken lisäksi ekologinen teko. (Suomen itsenäisyyden juhlarahasto SITRA 2017-05-20b.)

Tuunaaminen ja vintage

Kierrättäminen on ekologista ja nykyään myös trendikästä. Tänä päivänä luksusta ei välttämättä ole kalliit tavarat, vaan elämys; itsetehdyt esineet ja kunnostetut vanhat tavarat ja näin ollen oman kädenjäljen näkyminen kodissa on omaperäistä ja tuo omanlaistaan hohtoa. (Puukko 2011, 10.) Ympäristöystävällisempi elämäntyyli on asia, johon kannustetaan ja onkin suositeltavaa hankkia ja kunnostaa vanhoja huonekaluja uuteen käyttöön sekä esimerkiksi vaihtaa tavaroita ystävien ja sukulaisten kanssa (Wilson 2009, 20).

Kalusteita voi siis myös itse muokata mieleisekseen – esimerkiksi jos kaappi ei ole tarpeeksi tyylikäs omaa makuun, voi sen ilmettä muuttaa esimerkiksi uusimalla vetimet (Chalmers & Hanan 2003, 41). Tuunaamalla vanhoihin kalusteisiin saakin helposti luonnetta ja omaperäisyyttä, mutta esimerkiksi vintage-huonekaluja ei kannata paikkailla liikaa, ettei niiden viehätysvoima katoa (Wilson 2009, 20). Kun etsii tuunattavia huonekaluja, kannattaa kiinnittää huomiota huonekalun muotoihin ja kuvitella, sopisiko se omaan makuun jonkin muun värisenä. Myös huonekalun tyyliisuunta voi olla ratkaiseva tekijä, jos se on tyyliiltään sopiva suunniteltuun tilaan. Samoin kalusteen kunto, hinta ja materiaali kannattaa ottaa huomioon. (Wikström 2011-09-13.)

Jos haluaa sisustaa monimuotoisesti, voi sen toteuttaa kirpputorilöydöillä. Esineet ja huonekalut ovat usein jokainen omalta aikakaudeltaan, mikä tuo sisustukseen mielenkiintoa ja vaihtelevuutta muotokieleeseen. Vanhat huonekalut ovat usein myös tehty massiivipuusta ja ovat siksi hyvin laadukkaita. Kolhiintuneita ja naarmuisia huonekaluja voi kunnostaa esimerkiksi maalamalla niitä. (Puukko 2011, 11.) ”Rakennusapteekeista ja kierrätyskeskuksista löytyy usein vanhoja kalusteita, jotka kaipaavat ainoastaan vähän rakkautta, huolenpitoa ja maalikerroksen”, toteavat Chalmers ja Hanan (2003,

42). Kannattaa myös rohkeasti kurkata jätelavoille ja pihaille, jos sattuisi löytämään hylättyjä tavaroita, sillä useimmiten sanonta ”toisen roska on toisen aarre” pitää paikkansa, Chalmers ja Hanan (2003, 42) vinkkaavat. Harjaantuneella silmällä löytää vanhoja, kunnostus- ja käyttökelpoisia esineitä, kuten hyviä massiivipuukalusteita mm. kirpputoreilta, osto- ja myyntiliikkeistä, huutokaupoista, vinteiltä sekä kierrätyskeskuksista (Puukko 2011, 10).

Huonekaluja voi rakentaa myös itse, jos vain kekseliäisyyttä riittää. Esimerkiksi yksinkertaisia jakkaroita voi tehdä puupölkkyistä, jotka voi hioa ja esimerkiksi petsata. Sisustaminen pienellä budjetilla tuo esiin sisustajan omaperäisyyden ja kekseliäisyyden. (Chalmers & Hanan 2003, 42.) Puukko (2011, 12) mainitseekin, että sisustaminen on meille kuin luovaa leikkiä. Tyyli syntyy omista valinnoista, selkeistä muodoista ja toimivuudesta eikä sisustuksessa tarvitse välttämättä seurata vain yhtä tyyliä, vaan eri tyyllilajeja voi rohkeasti sekoittaa. Näin sisustuksesta tulee tyylikäs, eikä siihen välttämättä tarvita isoa budjettia, luovat ratkaisut riittävät. (Puukko 2011, 12.) Jos esimerkiksi löytää vanhan pöydän, josta puuttuukin yksi jalka, voi sille rakentaa uuden, täysin erilaisen jalan tai vaikka lisätä alle pyörät, jos kalusteen ns. täydellisyys ei ole tärkeintä. Oma leikkimielisyys ja huumorintaju saa näkyä tuunatuissa huonekaluissa. (Bailey & Bailey 2008, 11.)

Upean sisustuksen pystyy luomaan siis pienellä budjetilla, jos vain on taitoa nähdä kauneus vaatimattomissakin esineissä ja uskaltaa antaa poisheitetyille tavaroille uuden mahdollisuuden uudessa ympäristössä, missä ne saattavat herätä eloon eri tavalla. Sen lisäksi, että sisustaminen vanhoilla kierrätystavaroilla on edullista, on se myös saatavuutensa takia suosittua. On myös hyvä muistaa, että jos jossain säästää, voi puolestaan jossain kohtaa panostaa rahallisesti – esimerkiksi hyvään lattiamateriaaliin. (Chalmers & Hanan 2003, 6-8.)

Sisustamalla vintage-tyylisesti säästää niin ympäristöä kuin rahaakin – tosin monet klassikkodesign-huonekalut voivat olla hinnoiltaan korkeita, mutta edullisiakin vintagekalusteita löytyy. Vintagesisustaminen on paitsi edullista, myös ympäristöystävällinen valinta, sillä kun vanha kaluste saa uuden elämän, vähenee kaatopaikalle joutuvan tavaran määräkin tai uuden tuotteen ostamisen tarve. Vintagekalusteilla voi nykyaikaiseen tilaan tuoda pehmeyttä menneiltä ajoilta tai yhdistellä huonekaluja ja esineitä tietyn aikakauden mukaan. Vintagea ei välttämättä mielletä antiikiksi, mutta ei roinaksiakaan – se sijoittuu sopivasti sille välille huolettomuudessaan. Koska vintagesisustaminen on useimmiten edullista – joskus jopa ilmaista – ei haittaa, vaikka sisustusratkaisut eivät menisikään aina niin kuin ajatteli, sillä tavaran voi aina viedä edelleen kierrätykseen. Vintagesta voi tulla intohimo ja tyynejä on erilaisia kuten maalaisvintage, budoarivintage, retrovintage ja urbaani vintagetyyli. (Wilson 2009, 6; 10; 16.)

2.5 Käytetyn tavaran myynti ja osto

Theseuksessa julkaistussa opinnäytetyössä (Randell 2013, 11, Hyypän 2003, 23 mukaan) kerrotaan, että itsepalvelukirpputorit ovat paikkoja, joissa kirpputoriyrittäjä vuokraa myyntipöydän ulkopuoliselle myyjälle ja lopulta tilittää myydyistä tuotteista saadun hinnan myyjälle vuokra-ajan päätyttyä.

Myyjän ei näin ollen tarvitse itse olla fyysisesti paikalla, vaan riittää, että hinnoitellut tuotteet on tuotu myyntipaikalle (Randell 2013, 11, Hyypän 2003, 23 mukaan).

Kirpputorien ja osto- ja myyntiliikkeiden ero on siinä, että osto- ja myyntiliikkeessä ammattikauppias myy itse ostamiaan – esimerkiksi kirpputorilta ostettuja – tavaroita. Kauppias tavallaan toimii ylimääräisenä lenkinä käytetyn tavaran ja lopullisen ostajan välillä. Osto- ja myyntiliikkeen myyjä useimmiten on myös tietoinen myytävän tavaran arvosta ja pyrkii saamaan niistä voittoa, mutta siitä huolimatta voi kyseisissä liikkeissä tehdä erikoisiakin löytöjä. (Wilken & Wilken 2009, 10.)

Kirpputori itsessään ei vaadi fyysistä paikkaa, sillä ideana on saada tavaraa myytyä ja ostettua (Randell 2013, 11, Keskisen 1994, 158 mukaan). Niinpä kirpputoritoiminta on laajentunut nettiin erilaisiin palveluihin kuten nettikirpputoreihin, huutokauppaan ja mm. blogipalveluiden kautta tapahtuvaan kirpputorimyyntiin. Myös Facebookista löytää monia kirpputoriryhmiä, joissa muun muassa vaihdetaan ja lahjoitetaan tavaraa. (Randell 2013, 11-12, Tirin 2013, Lammin 2010, 51-52 ja Silverin 2010, 7-8 mukaan.)

Tori.fi

Käytettyjen tavaroiden elinikä pitenee verkkokirpputorien avulla, mikä on hyvä, sillä etenkin kaatopaikalle ennen aikaisesti joutuvat tavarat kuormittavat ympäristöä. Tavaran käyttöiän piteneminen vaikuttaa myös uusien tavaroiden valmistamistarpeeseen ja luonnonvarojen säästymiseen. (Suomen itsenäisyyden juhlarahasto SITRA 2017-12-28a.) Nykyään käytettyä tavaraa ostetaan usein uuden rinnalle, joten ns. hybridikuluttamisesta on tullut tavallinen käytäntö ilman, että kuluttaja ajattelisi pelkästään rahan säästämistä tai ekologisuutta. (Tori.fi 2018b.)

Tori.fi on suosittu verkkosivusto, jossa kuluttajat pystyvät myymään käyttökelpoista, mutta itselle tarpeetonta tavaraa, ja vastaavasti myös ostamaan muilta tavaraa edulliseen hintaan. Palvelu on käyttäjälle maksuton, mutta halutessaan myyjä voi ostaa lisäpalveluita myyntiään helpottamaan. Tori.fi-sivustolla yritykset pystyvät mm. tuomaan omia tuotteitaan tai palveluitaan kohdistetusti esille. Pienyritykset ja yhteisöt pystyvät hyödyntämään erilaisia verkkokauppakonsepteja, joiden avulla ne saavat lisää näkyvyyttä. Myös isot yritykset voivat hyötyä palvelusta, sillä Tori.fi myy isoille yrityksille mainostilaa. (Suomen itsenäisyyden juhlarahasto SITRA 2017-12-28a.)

Tori.fi:tä käyttää yli 2 miljoonaa suomalaista kuukausittain, ja heistä suurin osa on joko lapsiperheitä tai kahden hengen taloudessa asuvia yli 35-vuotiaita. Tori.fi:llä on merkittävä rooli kiertotalouden edistäjänä ja sen käyttöaste on noussut viime vuosina. Myytävänä olevien tuotteiden pyyntihintoja seurattaessa puhutaan jo miljardeista euroista vuosittain, mikä tarkoittaa siis sitä, että kuluttajien välinen kaupankäynti näkyy jo kansantalouden tasolla. (Tori.fi 2018b.)

Vähänkäytetty.fi

Itsepalvelukirpputoritoiminta voi joillekin olla liian työlästä ja aikaa vievää suhteessa siihen, minkälaisen myyntituloksen myyjä siitä saa. Jos haluaa myydä paljon tuotteita kerralla, on Vähänkäytetty.fi-verkkosivusto oivallinen paikka myydä suurella volyymilla tavaraa. (Suomen itsenäisyyden juhlarahasto SITRA 2017-05-20a.) Palvelu toimii niin, että myyjä itse kuvaa ja hinnoittelee myytävät tuotteensa, jonka jälkeen verkkosivuston ylläpito hyväksyy ne myyntiin. Tämän jälkeen myyjä lähettää kaikki tuotteensa Vähänkäytetty.fi:n keskusvarastoon, jossa ne säilyvät siihen asti, kunnes tavarat myydään, ja ne mitkä eivät mene kaupaksi, lahjoitetaan joko hyväntekeväisyyteen tai myyjä lunastaa ne itselleen takaisin. Kun kaikki verkkosivujen tavarat sijaitsevat samassa varastossa, toimii palvelu kuten mikä tahansa verkkokauppa, ja ostaja saa monta tuotetta samalla postimaksulla maksamatta erikseen eri myyjille. Vähänkäytetty.fi-sivuilla myydään mm. vaatteita, harrastusvälineitä, kodin sisustustuotteita, kodintavaraa yms. (Vähänkäytetty.fi 2018.) Vähänkäytetty.fi lisää saamiinsa myytäviin tuotteisiin pienen lisähinnan, joka kattaa kulut, mutta myyntihinnat pyritään pitämään niin alhaisina, että tavara löytää helposti uuden omistajan (Suomen itsenäisyyden juhlarahasto SITRA 2017-05-20a).

2.6 Rakennusapteekin toiminta

Perinteisiä ja ekologisia rakennus- ja sisustustarvikkeita myyvä Rakennusapteekki painottaa luonnonmukaiseen rakentamiseen, mikä sopii vanhojen rakennusten entisöintiin sekä uudisrakentamiseen (Design District Helsinki 2018). Rakennusapteekin ajatus on palvella kokonaisvaltaisesti rakentajia ja remontoijia, jotka ovat kiinnostuneet etenkin vanhoista taloista ja luonnonmukaisesta rakentamisesta. Ostaessaan vanhan talon, uudet omistajat usein haluavat kunnostaa sen vanhaa kunnioittaen, mikä näkyy Rakennusapteekin suosiossa. Ruotsissa on esimerkiksi havaittu, että vanhan kiinteistön arvo kasvaa markkinoilla, kun talon sisältökin on entisöity alkuperäisen mukaiseksi. Tämä suuntaus näkyy Rakennusapteekin toiminnassa niin, että vanhaan kiinteistöön halutaan ostaa esimerkiksi kaakeliuuni alkuperäisen, jo puretun, uunin tilalle. (Keski-Petäjä 2006.) Rakennusapteekin rakennustarvikemyymälä myy mm. ikkunoita, puutuotteita, ovia, keittiöitä, heloja, tapetteja, maaleja, kaakeleita yms. mitä tarvitsee vanhan talon kunnostamiseen tai uuden puutalon rakentamiseen perinteitä kunnioittaen (Ringbom 2011, 16).

Rakennusapteekki tarjoaa remontoijalle ja rakentajalle kaiken, mitä vanhan mallin taloon tarvitaan. Rakennusapteekki myös painottaa, että he myyvät oikeita ja aitoja tavaroita, jotka on tehty oikeista materiaaleista – kuten ennen vanhaan. Esimerkiksi puulattioiden tulee olla oikeaa puuta ja tapettien alkuperäisten veroisia sekä messinkihelat on todella tehty messingistä, eikä niin, että helat vain näyttäisivät messinkisiltä. Rakennusapteekki korostaa, että he eivät halua olla mukana tukemassa toimintaa, jossa valmistetaan tuotteita huonolaatuisista materiaaleista ja näin ollen kuormittavat ympäristöä kestäättömyytensä vuoksi. Rakennusapteekki haluaa myös olla yhteistyössä pienten toimijoiden – kuten verstaiden – kanssa ja tällä tavoin tukea paikallista osaamista. Heidän tuotteensa valmistetaan lähellä ja ovat laadultaan kestäviä ja huollettavissa, mikä siis on ekologista ja tukee

kestävää rakentamista. Rakennusapteekin asiakkaat arvostavat terveellistä asumista ja haluavat panostaa laatuun ja sitä kautta huolehtia ympäristöstään ja luonnosta. (Ringbom 2011, 14.)

Alkunsa tämä kaikki sai vuonna 1992 kun Anette Ringbom ja Jari Ahlqvist ostivat Billnäsin ruukilta vuonna 1913 rakennetun talon, joka kaipasi korjausta. Tavoitteena oli korjata taloa alkuperäisiä materiaaleja ja työtapoja noudattaen, mutta alan osaajia ja materiaaleja oli vaikea tuolloin löytää. He perustivat vuonna 1994 yrityksen nimeltä Ringbom Consulting ja järjestivät vuosittaiseksi tapahtumaksi muodostuneet Billnäsin Ruukkipäivät, messut, jotka käsittelivät perinnerakentamista ja rakennussuojelua. Messuista tuli menestys ja niitä järjestettiin vuosina 1995–1999. Ajatus Rakennusapteekista syntyi, kun halu oppia rakentaa vanhaa kunnioittaen kasvoi ihmisten keskuudessa ja Ringbom sekä Ahlqvist halusivat tarjota materiaaleja ja tietoa aiheesta. Vuonna 1997 he perustivat Billnäsiin Varaosapankin, missä myytiin – ja myydään edelleen - mm. kierrätettyjä ikkunoita, heloja ja ovia. Itse Rakennusapteekki syntyi kun Ringbom ja Ahlqvist tarvitsivat tilan rakennustarvikkeille sekä näyttelytilan. Rakennusapteekin nimi juurtaa juurensa vanhaan apteekkitaloon, josta oli tarkoitus tulla heille näyttelytalo ja myymälä, mutta sitä ei saatu siirtää Billnäsiin. Toiminnan nimi jäi silti elämään. Myymälätilat he saivat vihdoin vanhaan pappilaan, joka kaipasi kunnostusta. Pappila siirrettiin Billnäsiin, missä se toimii yhä Rakennusapteekin tarvikekauppana ja näyttelytilana. Nykyään Rakennusapteekki tarjoaa tarvikkeiden ja materiaalien lisäksi myös koulutusta liittyen mm. entisöimiseen, perinnerakentamiseen ja vanhojen materiaalien käyttöön. (Ringbom 2011, 12.) Billnäsin lisäksi Rakennusapteekilla on tarvikekauppa Helsingin keskustassa. Helsingin kaupan valikoima on keskittynyt huoneistoremonttoihin kaupunkiympäristössä. (Rakennusapteekki 2018.)

3. MYYMÄLÄYMPÄRISTÖN SUUNNITTELU

Tässä luvussa kerron myymäläympäristön suunnittelusta, sekä siihen vaikuttavista tekijöistä. Kerron myymäläkalusteista ja pohjaratkaisuista myymälässä. Lisäksi käsittelen näyteikkunasuunnittelua ja mm. valaistusta ja materiaaleja.

Elämysshoppailu

Myymäläympäristön on oltava viihtyisä, sen tulisi vahvistaa yrityksen imagoa ja olla samalla elämyksellinen. Ilme syntyy kalusteista, jotka hyvin valittuna tuovat tilaan viihtyisyyttä ja tehokkuutta, tuotteiden esillepanosta sekä mm. myymälämainonnan visuaalisesta kielestä. (Nieminen 2009, 221.) Kun myymälä on ns. konseptiliike ja sen identiteetti on vahva, kuvastuu se myös ulospäin esimerkiksi sisustuksen avulla vahvistaen tiettyä valittua teemaa. Valitulla konseptilla yritys erottuu kilpailijoista ja tarjoaa elämyksellistä shoppailua kuluttajille. (Markkanen 2008, 161–162.)

Markkanen (2008, 49) puhuu kirjassaan ”Myymäläympäristö elämysten tuottajana” elämysshoppailusta. Hän tiivistää elämysshoppailun toiminnaksi tilassa, jossa voidaan tehdä ostoksia, mutta samalla osallistua johonkin tapahtumaan joko sivusta seuraajana tai olla itse päätätenä. Kyseessä on ns. kulutustapahtuma, jossa asiakkaan kaikki aistit aktivoituvat ja uusia ideoita syntyy. Asiakkaan tunteisiin ja aisteihin pyritään siis vaikuttamaan monin eri keinoin tekemällä shoppailukerrasta unohtumaton kokemus.

3.1 Visuaalinen markkinointi myymälässä

Myymälöiden viihtyisyys on tärkeää ja siihen kannattaakin kiinnittää huomioita. Asiakas tekee ostopäätöksensä enimmäkseen myymälässä, joten miellyttävä ympäristö houkuttelee asiakasta jäämään pitemmäksi aikaa ostoksille. Myymälä voi erottua muiden joukosta hyvin suunnitelluilla tilaratkaisuilla ja tuotteiden selkeällä esillepanolla. Visuaalisen markkinoinnin avulla luodaan mielikuva yrityksestä ja sen tavoitteena on mm. houkutella asiakkaita sisälle, tehdä kuluttajalle ostaminen helpoksi sekä loppujen lopuksi lisätä myyntiä miellyttävän myymäläympäristön avulla. Mielikuvaan myymälästä vaikuttavatkin mm. myymälän näyteikkunat, sisäänkäynti, tila- ja kalusteratkaisut, tuotteiden esillepano, valaistus, myymälän lämpötila, sovitustilat, tuoksut ja värimaailma. (Hirvi & Nyholm 2009, 5-6; 8)

Kaupan ja näyteikkunan somistaminen kuuluvat visuaaliseen markkinointiin, mikä onkin tärkeä apu myymäläsuunnittelussa. Yksi visuaalisen markkinoinnin tarkoituksista on saada tuote kertomaan itse itsestään tarpeeksi tehokkaalla esillepanolla. Tarkoituksena on herättää asiakkaan mielenkiinto, jotta hän voi tutustua tuotteeseen monipuolisesti samalla henkilökunnan auttaessa ja kertoessa lisää. Myös mm. erilaiset kyltit, taulut, kalusteet ja koristeet kuuluvat visuaaliseen markkinointiin. Samoin myös ovimatot, wc-tilat, käyntikortit yms. yksityiskohdat vaikuttavat koettuun elämykseen, myymälän kokonaisvaltaiseen visuaaliseen ilmeeseen ja sitä kautta myös yrityksen identiteettiin kuluttajien silmissä. (Markkanen 2008, 125–126.) Sisäänkäynti ja myymälän julkisivu ovat tärkeitä välineitä

imagon rakentamisessa. Omalla vahvalla visuaalisella ilmeellä erotutaan muista liikkeistä ja selkeä, siisti ja hyvin valaistu sisäänkäynti on asiakkaalle houkutteleva. Kaiken lisäksi oven ollessa auki sisään on helppo astua. (Hirvi & Nyholm 2009, 54.)

Viihtyisyys on yrityksessä siis tärkeää ja puitteet arkkitehtiselle suunnittelulle lähtee usein yrityksen kalusteista, laitteista, koneista, ja valaistuksesta, joihin eri materiaaleja ja värivalintoja lisäämällä sisustusarkkitehti luo visuaalisen ilmeen, jolla korostetaan yritysilmettä. Myös esimerkiksi taiteella voi tuoda omaperäistä ilmettä yrityksen tiloihin samalla viestien yrityksestä asiakkaille. (Nieminen 2009, 127.) Yrityksen eri tilojen tulisi olla yhdenmukaiset, jotta lopputulos ei olisi epäviihtyisiä ja jäsentymätön, mikä usein voi olla tuloksena jos toimitilojen suunnittelu on satunnaista tai monen eri henkilön toteuttamaa omien mieltymystensä mukaan. Silloin visuaalinen kokonaisuus kärsii eikä hahmotu asiakkaalle toivotulla tavalla, sillä yrityksen toimitila- ja kalusteratkaisut luovat vahvasti mielikuvia yrityksestä. Epäselvä visuaalinen ilme voi vaikuttaa myös taloudelliseen tulokseen. (Nieminen 2009, 130–131.)

3.2 Myymälän rakenne

Myymälän rakenne voidaan jakaa ulkoiisiin ja sisäisiin osiin. Ulkoiset osat käsittävät mm. kaupan julkisivun arkkitehtuurin ja näyteikkunat, kun taas sisäiset osat tarkoittavat myymälässä käytettyjä materiaaleja, pohjaratkaisua eli layoutia, kalusteita, koristeita yms. Aistittavia elementtejä puolestaan ovat mm. hajut, lämpötila, värit ja valaistus. (Markkanen 2008, 102.)

Theseuksessa julkaistussa opinnäytetyössä Tolsa (2010, 22) mainitsee viitaten Kauton ja Lindblomin kirjaan ”Ketju – kaupan ketjuliike” (2005, 104–105), että kun myymälä on hyvin suunniteltu, on asiakkaan helpompi löytää liikkeestä etsimänsä tuote ja näin ollen pystytään helpottamaan asiakkaan liikkumista tilassa. On tärkeää kaupankäynnin kannalta, että myymälässä käytetään kaikki mahdollinen tila hyödyksi, jolloin myymälän tuottokin paranee. On hyvä miettiä, mikä tuote myy eniten ja antaa sille mahdollisimman suuri myyntipaikka myymälässä syrjäyttämättä kuitenkaan muita saman tuotealueen tuotteita.

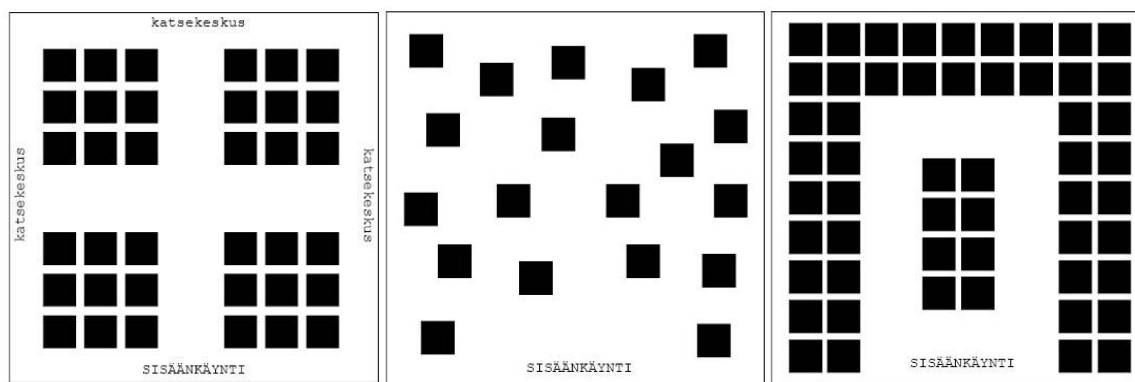
Itse tilan suunnittelu lähtee siitä, että tilasta otetaan mitat ja tehdään luonnoksia, jotta tila voidaan kokonaisuudessa hahmottaa ennen somistamista. Suunnittelijan tai visualistin tulee osata hahmottaa tila hyvin ja laatia konkreettiset piirroset, jotta suunnittelutyö voidaan esittää ja sen jälkeen lähteä toteuttamaan. On otettava huomioon mm. kalusteiden mitat, materiaalit ja värit sekä valaistus. Taitava visualisti osaa tehdä ajan myötä päätöksiä vaistomaisesti, mutta varsinkin alussa kannattaa tutustua tilaan ja sen käyttöön, jotta suurempia yllätyksiä ei tule esimerkiksi mittojen suhteen. (Nieminen 2009, 197.)

Tolsa (2010, 23) kertoo, että myymäläpohjia eli niin sanottuja layouteja on erilaisia. Esimerkiksi marketeissa käytetään Grid-layoutia, joka on nimensä mukaisesti ruudukkomallinen (kuva 1). Grid-layoutissa käytävät määrittelevät hyllyjen ja tuotteiden sijainnin ja siten muodostuu ruudukkokuva, minkä avulla pystytään helposti ohjailemaan asiakkaan liikkumista myymälässä. Tolsa perustaa nä-

kemyksensä ”Silent Selling”-teokseen (Bell & Ternus 2006). Markkanen (2008, 108) puolestaan toteaa, että grid-pohjaratkaisussa hyllyvälit määrittelevät asiakkaan kulkusuunnan ja usein pakottavat asiakkaan kiertämään koko kaupan.

Free flow- layout on puolestaan sopivin vaate-liikkeisiin, sillä siinä pystytään vapaasti määrittelemään myymäläkalusteiden ja sitä kautta myös tuotteiden sijainti (kuva 2). Asiakas pystyy kulkemaan tilassa haluamallaan tavalla omaan tahtiinsa. (Tolsa 2010, 23, Bell & Ternus 2006, 62 mukaan.) Free flow-pohjaratkaisussa ei ole siis ennaltamäärättyä kulkureittiä, vaan paljon vapaita alueita (Markkanen 2008, 108).

Racetrack –layoutia (kuva 3) puolestaan käytetään tavarataloissa ja se on peruseriaatteiltaan kuin reitti, jota pitkin asiakas kulkee. Hyllyt ja tuotteet on sijoitettu tietyn pääkäytävän varrelle, jota kulkiessa suurimpaan osaan myymälän tuotteista tulee tutustuttua. (Tolsa 2010, 24, Bell & Ternus 2006, 62 mukaan.) Race track-pohjaratkaisussa yhdistyy ennaltamäärätty kulkureitti ja useat vapaat alueet, mikä rohkaisee asiakasta lähtemään tutkimaan myymälää (Markkanen 2008, 108).



KUVA 1. Grid layout

KUVA 2. Free flow-layout

KUVA 3. Racetrack-layout

(Kuvat 1-3 mukailtu Tolsan (2010, 23-25, kts. Mäkelä 2006, 27) piirrosten mukaan. Alkuperä Silent Selling-teoksessa.)

Tuotteet sijoitetaan myymälässä sen mukaan, kuinka asiakas tilassa liikkuu. Heti sisäänkäynnin jälkeen on niin kutsuttu ykkös- eli fokuspöytä, jonka esillepanoa olisi hyvä vaihdella noin 1-2 viikon välein. Etualalla onkin yleensä uutuustuotteet ja keskiosaan myymälää usein sijoitetaan perusvalikoima. Syrjäisempiin kohtiin, kuten myymälän perälle kannattaa esimerkiksi ripustaa mainoksia tai tuotteita houkuttelemaan asiakasta lähemmäs. (Hirvi & Nyholm, 2009, 57, 60.) Asiakkaan astuessa liikkeeseen, tulisi hänen saman tien nähdä, mitä liike tarjoaa, kuinka siellä kuljetaan ja missä tuotteet sijaitsevat. Onkin hyvä jakaa tuotteita osa-alueisiin omille osastoilleen, kuten esimerkiksi naisten vaatteet, lasten vaatteet ja kodintavarat. (Markkanen 2008, 107.) Myymälän layoutia eli pohjaratkaisua tulisi tietyin väliajoin muuttaa, jotta asiakkaalle tarjottaisiin aina jotain uutta ja hänet voitaisiin yllättää. Muunneltavuus on hyvä ottaa huomioon jo suunnitteluvaiheessa, mutta muutosten ei tarvitse olla suuria; huonekalujen tai hyllyjen paikkaa vaihtamalla saa jo uutta ilmettä aikaan. (Markkanen 2008, 109.)

3.3 Myymäläkalusteet

Myymäläkalusteita ovat mm. kalustemaiset telineet, erilaiset lattia- ja seinätelineet, joita on lukuisia eri malleja, erilaiset esittelypöydät ja hyllyt, mallinuket; kokonaiset tai torso-malliset eri mitoilla sekä esimerkiksi puu- tai metallisepän mittatilaustyönä tehdyt teline- ja ratkaisut. Kalusteiden tehtävä on tuoda tuotteet esille niin, että ne säilyvät hyväkuntoisina ja ovat asiakkaan saatavilla luoden samalla positiivista mielikuvaa ja saada aikaan heräteostoksia. Kun kalusteiden sijoittelua suunnittelee, on huomioitava riittävät käytävän leveydet ja riittävä tila kassa- ja palvelupisteiden ympärillä. (Nieminen 2009, 222.) Myös myymälätiskiä voi käyttää tuotteiden esillepanossa ja säilytyksessä. Tiski tulisi sijoittaa tilaan siten, että myyjä pystyy liikkumaan tiskin ympärillä luontevasti ja näkee sieltä koko tilan pystyen samalla valvomaan asiakkaita. Myös asiakkaiden ryhmittäminen ja jonottamissuunta on otettava huomioon tiskin paikkaa suunniteltaessa. (SIT 55-610073, 2-3.)

Kun myymäläkalusteet sijoitetaan suoraan linjaan, rauhoittaa se yleisilmettä ja liikkuminen tilassa helpottuu. Korkeat kalusteet kannattaa sijoittaa taakse ja matalat kalusteet eteen. Hyvät myymäläkalusteet ovat muunneltavissa, kestävätkä kulutusta ja aikaa, ovat siirrettävissä ja niitä pystyy myös käyttämään säilytykseen, mikä säästää varastointitiloja. On hyvä, jos samassa tilassa olevat kalusteet sopivat keskenään yhteen. Myymäläkalusteisiin kannattaa sijoittaa erilaisia ja erikokoisia tuotteita vaihdellen, jotta esillepano olisi mielenkiintoinen. (Hirvi & Nyholm 2009, 58, 62–63.) Myymäläkalusteet tuovat näyttävyyttä ja lisäävät myyntiä; niiden tehtävä on mm. saada aikaan heräteostoksia sekä tehostaa ja helpottaa myyjien työtä (Nieminen 2009, 139). Niemisen (2009, 139) mukaan myymäläkalusteet tulisi uusida muutaman vuoden välein, jolloin yritys viestii seuraavansa aikaa ja olevansa moderni. Lisäksi kalusteiden uusiminen vaikuttaa positiivisesti myös myyntiin.

Useisiin yrityksiin sopivat myös irtuhuonekalut eri aikakausilta. Esimerkiksi vanha sohvapöytä vaate-liikkeessä voi olla mainio esittelypöytä paidoille. Erilaiset puulajit ja tyylikaudet tuovat oman mausteensa visuaaliseen esillepanoon. Valitulla valaistuksella voidaan vielä korostaa näitä huonekaluja tuomaan ne eri tavalla esille; esimerkiksi kirkkaalla kohdevalolla voidaan tuoda antiikkiseen huonekaluun särmää tai vastaavasti vanhanaikaisilla valaisimilla tukea samaa henkivää tunnelmaa. (Nieminen 2009, 223.)

3.4 Värit, äänet ja tuoksut tilassa

Tilaan astuessa huomaamme ensimmäisenä värit; ne luovat tunnelman ja vaikuttavat katsojan mielialaan samalla kertoen tilan haltijan persoonallisuudesta (Sisusta, maalaa, tapetoi 2007, 92). Värit muuttavat hyvin nopeasti tilan tuntua ja niillä on helppo vaikuttaa tunnelmaan hyvinkin vaivattomasti; esimerkiksi tuomalla tilaan värikkään tyynyn tai muun yksityiskohdan, mikä ei rahallisestikaan ole suuri satsaus. (Chalmers & Hanan 2003, 12.) Vaaleilla sävyillä pystytään korostamaan tilan avaruutta ja lämpimillä sävyillä tilaan voidaan tuoda kodikkuutta ja läheisyyden tuntua (Sisusta, maalaa, tapetoi 2007, 94–95). Intensiivisen tunnelman saakin aikaan lämpimillä ja voimakkailla väreillä, kuten punaisella, joka tuntuu tuovan pinnan lähemmäs katsojaa. Kylmät sävyt, kuten vaaleansininen, puolestaan tuovat tilaan rauhallisuutta ja vie pintaa kauemmas katsojasta. Musta ja valkoinen ovat puo-

lestaan neutraaleja värejä. Musta toimii hyvin tehosteväriinä ja valkoinen sointuu hyvin yhteen muiden värien kanssa kirkastaen niitä. (Hirvi & Nyholm 2009, 45, 52.)

Tilan värimaailma voi saada alkunsa esimerkiksi yksittäisen maton väreistä tai jostain huonekalusta, joka antaa inspiraatiota koko värisuunnitelmalle. Inspiraation saattaa herättää jokin tietynvärinen huonekalu, jonka väri voi toistua muissa pienissä kohteissa ympäri tilaa, kuten esimerkiksi tyynynpäällisissä tai sisustusesineissä. (Sisusta, maalaa, tapetoi 2007, 94–95.)

Äänimaailma

Markkanen (2008, 116–117) kertoo, että tutkimusten mukaan musiikki vaikuttaa asiakkaan ostokäyttäytymiseen. Iloinen musiikki vähentää odottamisen tunnetta kun taas surullinen tai neutraali musiikki saa aikaan negatiivisia tunteita. Klassinen musiikki luo miellyttäviä tuntemuksia ja saa myymäläympäristön ja tuotteet vaikuttamaan arvokkaalta. Tutkimusten mukaan rauhallinen musiikki lisää kuluttajien ostamista verrattuna nopeatempoiseen musiikkiin. Miellyttävä taustamusiikki vaikuttaa asiakkaan mielikuvaan myös henkilökunnasta, ja myymälä, jossa musiikki soi, koetaan viihtyisämmäksi kuin hiljainen myymälä. Hiljainenkin myymälä tosin voi olla viihtyisä; esimerkiksi Marimekko ei soita musiikkia myymälöissään, vaan äänimaailma syntyy muilla keinoin. Esimerkiksi eräässä Helsingin Marimekko-myyvälässä kuuluu vedensolinaa läheisestä suihkulähteestä, mikä tuo liikkeeseen rauhallisen tunnelman. Äänimaailman ei siis tarvitse olla musiikkia; eräässä japanilaisessa vaateliikkeessä soi taustalla marssimusiikki, joka lähentelee melkein taideinstallaatiota rytmillään yhdistyen asiakkaan kävelytahtiin. (Markkanen 2008, 116–120.)

Tuoksut

Myyväläympäristön tuoksuilla ja hajuilla tarkoitetaan tuoksua, jotka on tietoisesti tuotu tilaan eivätkä tule esimerkiksi mistään myytävästä tuotteesta. On tutkittu, että esimerkiksi kukkien tuoksu vaikuttaa positiivisesti asiakkaan ostokäyttäytymiseen verrattuna neutraalin tuoksuiseen tilaan. Tuoksujen ja hajujen tarkoitus on herättää kuluttajissa muistoja ja tunteita ja näin ohjata ostamaan tuotteita. Liikkeissä voi tuoksua esimerkiksi pesty puuvilla, kukat tai sitruuna. Monissa tietyissä liikkeissä käytetään myös suklaan, vihreän teen tai suitsukkeiden tuoksua luomaan tunnelmaa. Hajuaistin on koettu olevan aisti, joka herkimmin vaikuttaa tunteisiin ja on esitetty, että mikäli myymälä on hajustettu, reagoidaan siihen positiivisemmin. Vielä parempi on, jos ympäristön musiikki sointuu yhteen tuoksujen kanssa; silloin on asiakkaan todettu mm. jäävän pidemmäksi aikaa myymälään ja tekevän heräteostoksia. (Markkanen 2008, 121–122.)

3.5 Materiaalit

Tekstiilien avulla tilaan voi tuoda viihtyisyyttä, lämpöä ja pehmeyttä. Luonnonkuituihin kannattaa panostaa, sillä ne ovat kestävämpiä, hengittävämpiä ja esimerkiksi villa on ihanteellinen materiaali mattoihin, sillä se säilyttää lämmön ja eristää ääntä tehokkaasti. (Chalmers & Hanan 2003, 22.) Mattoja valitessa tulee ottaa huomioon sen käyttökohde ja mihin tarkoitukseen tila on tulossa. Paksut

matot imevät hyvin ääniä ja ne ovatkin suosittuja mm. hotelleissa. Ohuet matot puolestaan eivät akustiikaltaan ole yhtä hyvä valinta. Myös mm. paloturvallisuus, kestävyys sekä kalusteiden siirrettävyys on otettava huomioon mattoa valitessa. Sisääntuloalueella sijaitseva matto tulisi olla sellaista materiaalia, joka kerää ylimääräiset hiekat pois kengistä. Ulko-oven edustalla ja tuulikaapissa maton tulisi olla myös mahdollisimman karkea ja kestävä. (SIT 42-610003, 2; 6.)

Verhojen valinnassa tulee muistaa millaisen tunnelman verhoilla haluaa luoda sekä tilassa olevan valon määrä. Verhojen tarkoitus voi olla esimerkiksi yksityisyyden suojaaminen tai valon suodattaminen tilaan. Joskus verhot toimivat vain koristeellisena yksityiskohtana, joiden malli, väri tai kuviot voivat muokata tilan tunnelmaa. (Lahti & Sukuvaara 2016, 120.)

Lattiamateriaalin valintaan vaikuttaa sen käyttökohde. Valinta riippuu muun muassa siitä, kuinka paljon lattian tulisi kestää kulutusta tai mikä on päällysteen alle jäävä lattiarakenne. Myös esteettiset seikat ovat tärkeitä. (SIT 42-610071, 2.) Lattianpäällysteitä on useita ja joustavat päällysteet ovat koviin lattianpäällysteisiin verrattuna äänettömämpiä ja miellyttävämpiä jalan alla. Joustavia materiaaleja ovat mm. korkki, linoleumi, kumi ja vinyyli. Kovia lattianpäällysteitä puolestaan ovat mm. tiilet, laatat, betoni, puu- ja kivilattiat sekä laminaatit. Täysin pehmeitä materiaaleja puolestaan ovat mm. kookoskuitu, meriheinä ja sisal. (Sisusta, maalaa, tapetoi 2007, 74; 80; 86.)

Seinäpintamateriaalien avulla voidaan myös luoda erilaisia tunnelmia. Kun valitaan seiiniin pintamateriaalia, on hyvä selvittää sen kiinnittyminen haluttuun seinään ja miettiä, miten saa aikaan halutun tunnelman. Esimerkiksi erilaiset tapetit tuovat tilaan viihtyisyyttä ja lämmintä tunnelmaa sekä pehmentävät akustiikkaa. Tapetteja ovat mm. paperitapetti, tekstiili- ja kangastapetti, liimatapetti, vinyyli- ja kuitutapetti. Seinäpinnoissa voi käyttää myös esimerkiksi erilaisia seinäpaneeleja ja rakennuspintalevyjä. (Lahti & Sukuvaara 2016, 85–86.)

3.6 Valaistus

Valon avulla hahmotamme tilan, sen materiaalit ja muotojen yksityiskohdat. Valon avulla pystytään vaikuttamaan tunnelmaan, minkä vuoksi se onkin yksi sisustamisen tärkeimmistä elementeistä. (Wilhide 2002, 10.) Päivänvalo on kaikkein kiehtovinta sen vaihtelevuuden vuoksi; eri vuoden- ja vuorokaudenaikoina valo on erilaista ja muuttuu jatkuvasti. (Wilhide 2002, 13.)

Tutkimusten mukaan myymäläympäristössä kirkas valo houkuttelee kuluttajia tutkimaan tuotteita tarkemmin ja mitä kirkkaampi valaistus on, sitä tarkemmin tuotetta tutkitaan. Himmeä valaistus koetaan tunnelmatekijäksi kun taas liian kirkas valo voidaan olettaa olevan häiritsevää, joten ihanteellista valaistuksen määrää on vaikea sanoa. (Markkanen 2008, 109.) Markkanen (2008, 109–110) myös toteaa, että jos haluaa vedota asiakkaan tunteisiin, on himmeä valaistus siihen hyvä keino. Esimerkkinä hän käyttää italialaista ruokakauppaa, jossa viiniosasto on valaistu vain muutamilla spottivaloilla luoden lämpimän tunnelman ja elämyksen asiakkaalle, jolloin asiakas helposti ostaa pari pulloa viiniä.

Valaistuksen määrä on tärkeä erityisesti myymälän sisäänkäynnillä, sillä hyvin valaistu tila houkuttelee asiakkaita sisään. Yleisvalaistuksella pystyy valaisemaan koko myymälän, mutta kohdevalojen tehtävä valaista tuotteita kannattaa ottaa huomioon, ettei niiden teho huku liian kirkkaan yleisvalon alle. Valaistussuunnittelussa tulee ottaa huomioon energiankulutus; LED-valot ovat esimerkiksi hyvä valinta. Myös valaistuksen sävyyn kannattaa kiinnittää huomiota; puupintoja ja maanläheisiä sävyjä täynnä olevassa tilassa kannattaa käyttää lämmintä valoa kun taas kylmempi valo sopii mm. metallipinnoille ja kylmille sävyille. (Hirvi & Nyholm 2009, 33.)

Hyvä ja tehokas valaistus on tärkeää myös näyteikkunoissa, varsinkin päiväsaikaan kun päivänvalo heijastuu helposti lasipinnasta. Apukeinoina voi käyttää esimerkiksi markiiseja vähentämään heijastuksia. Kohdevalaisimet esimerkiksi kiskossa näyteikkunan yläpuolella ovat hyvä ratkaisu valaistuksen muunneltavuuden vuoksi. Näyteikkunassa olisi hyvä olla kohdevalon lisäksi yleisvalo ja syvyyttä luova takavalon sekä sivuvalo, joka valaisee ikkunaa pystysuorasti. Näin valaistus on tarpeeksi tehokas. (Hirvi & Nyholm 2009, 33–34.)

3.7 Näyteikkunasuunnittelu

Myymälöiden näyteikkunat ovat osa kaupunkikuvaamme ja hyvin tärkeä ja tehokas markkinoinnin väline myymälälle; se toimii yrityksen mainoksena vuorokauden ympäri ja auttaa kuluttajia luomaan mielikuvia yrityksestä. Näyteikkuna toimii katsauksena myymälän tuotevalikoimaan ja sen tavoitteena onkin viestittää sekä herättää ohikulkijan huomio ja mielenkiinto mahdollisimman nopeasti. Tavoitteina näyteikkunalla on mainonnan tehostaminen, myynnin lisääminen ja yrityksen liikeidean viestittäminen. (Hirvi & Nyholm 2009, 10.) Näyteikkunan tehtävänä on myös tarjota ratkaisuja ja ideoita sekä kertoa uutuuksista ja houkuttella asiakas sisään liikkeeseen (Markkanen 2008, 102).

Kun näyteikkunaa lähdetään suunnittelemaan, on aloitettava tuotteista; mitkä ovat kiinnostavia ja ajankohtaisia minäkin aikana ja kuinka tuoda ne esille niin, että erottuisi kilpailijoista. Näyteikkunasuunnittelussa on huomioitava yrityksen liikeidea, kohderyhmä sekä kaupallisuus. Suunnittelu kannattaa aloittaa ideoimalla ja luonnostelemalla kokonaisuutta. Suunnitelman tulisi olla helposti ymmärrettävissä ja melko helposti ja edullisesti toteutettavissa. Ideoinnissa voi käyttää erikoisiakin ratkaisuja, jos vain taidot riittävät, mutta on hyvä muistaa, että ”vähemmän on enemmän”. On myös osattava huomioida näyteikkunan koko ja muut mittasuhteet kun valitaan sinne laitettavia tuotteita ja tavaroita. (Hirvi & Nyholm 2009, 12–13, 17.)

Hyviä lähtökohtia näyteikkunasuunnittelussa on, että käyttää enintään kolmea eri väriä, ryhmittelee tuotteet ja esineet tiiviisti jättäen tyhjää tilaa toiselle puolelle ikkunaa tai esimerkiksi mukailee tiettyä muotokieltä – vaikkapa toistuvaa pyöreää muotoa asetelmissa. Yksi tehokeino on myös esimerkiksi pukea mallinukeille ylä- ja alaosat ristikkäin samanvärisiksi, jolloin samat värit toistuvat, mutta samalla tuo mielenkiintoa. (Hirvi & Nyholm 2009, 16.)

Yksi tärkeimmistä paikoista näyteikkunassa on sen keskipiste, joka sijaitsee noin 150–160 cm korkeudella ja on leveydeltään noin metrin mittainen (Markkanen 2008, 105). Tähän pisteeseen ohikul-

kija kiinnittää ensimmäisenä huomionsa ja sitä kutsutaankin optiseksi keskipisteeksi (Hirvi & Nyholm 2009, 17).

Jos näyteikkunassa haluaa käyttää mainosmateriaalia, on sen käytössä huomioitava kohderyhmä sekä mainonnan sanoma sekä yhteneväisyys muun visuaalisen ilmeen kanssa, kuten värien ja typografian suhteen (Hirvi & Nyholm 2009, 18). Koska näyteikkuna toimii yrityksen käyntikorttina, on tärkeää, että sama visuaalinen tyyli, kuten värimaailma ja käytetty teema, jatkuu myös myymälän sisäpuolella yhtenäisen tunnelman luomiseksi (Markkanen 2008, 106).

Sommittelu

Mitä sommitteluun tulee, on epäsymmetrinen asettelu mielenkiintoisempi kuin symmetrinen. Symmetrisessä sommitelmassa tuotteet ovat keskellä näyteikkunaa peilikuvina toisiinsa nähden. Tämä tekee asetelmasta staattisen, mutta toisaalta lopputulos voi olla rauhallinen ja jopa juhmallinen. Epäsymmetrisessä sommitelmassa puolestaan luodaan mielenkiintoa ja liikkeen tuntua asettamalla tuotteet ikkunan toiseen reunaan vapaasti ryhmitellen, jolloin se herättää helpommin huomiota kuin symmetrinen sommitelma. (Hirvi & Nyholm 2009, 23.)

Jos tuotteet sommitellaan näyteikkunaan kolmion muotoon, luo se katsetta ohjaavan ja kiinnostavan kokonaisuuden ohikulkijalle. Kolmiomuodon voi toteuttaa esimerkiksi asettamalla erikokoisia tuotesittelykorokkeita pyramidimaiseen rykelmään, jolloin katse ohjautuu korokkeelta toiselle automaattisesti. Toinen tehokeino on asetella tuotteet niin, että niiden määrä tai väri toistuu useasti esimerkiksi vaakatasossa. Kannattaa kuitenkin muistaa, että pariton määrä tuotteita on mielenkiintoisempi valinta ja luo kevyemmän vaikutelman kuin parillinen. (Hirvi & Nyholm 2009, 24–29.)

Hirvi ja Nyholm (2009, 42–43) muistuttavat, että tuotteiden hintojen tulisi näkyä näyteikkunassa. Moni kuluttaja tekee nimittäin ostopäätöksen hintojen perusteella ja kuluttajasuojalaki vaatii, että hinnat näkyvät kaikista niistä tuotteista, jotka ovat näyteikkunassa esillä. Hinnat tulisi laittaa hintalappuun samassa järjestyksessä kuin ne ovat esilläkin; esimerkiksi mallinuken päällä olevat vaatteet kirjata ylhäältä alaspäin.

4. CASE: CHIC CHIC ACCESSORIES

Tässä luvussa kerron tekemäni myymäläsuunnitelman lähtökohdista ja toimeksiantajasta. Ensin esittelen toimeksiantajayrityksen, jonka jälkeen kerron projektin alkutilanteesta ja tavoitteista. Esittelen myös liiketilan pohjapiirroksen. Suunnitelmaani kuuluu kaksi erillistä tilaa, joiden suunnittelusta ja toteutuksesta kerron erikseen seuraavissa luvuissa.

4.1 Yrityksen esittely

Toimeksiantajani on Chic Chic Accessories – asusteiden erikoisliike Suonenjoella Pohjois-Savossa. Chic Chic Accessories, lyhennettynä joko Chic Chic tai CCA, on perustettu vuonna 2010 ja se on yhden naisen yritys. Yrittäjänä toimii Erja Kotta. Chic Chic myy asusteita ja vaatteita, kuten hattuja, sukkia ja sukkahousuja, koruja, alusvaatteita, mekkoja, housuja ja takkeja pääasiassa naisille. Lisäpalveluna Chic Chic Accessories tarjoaa myös korvakoruja varten korvien rei'itystä.

Chic Chic Accessoriesin asiakaskunta koostuu yli 40-vuotiaista naisista, jotka pääasiassa ovat suonenjokelaisia tai lähikunnista. Chic Chicin uutena palveluna nykyisissä tiloissa toimii myös juhlapukuvuokrauspalvelu, josta oikeastaan koko tekemäni myymäläsuunnittelu sai inspiraationsa.

4.2 Toimeksianto ja lähtötilanne

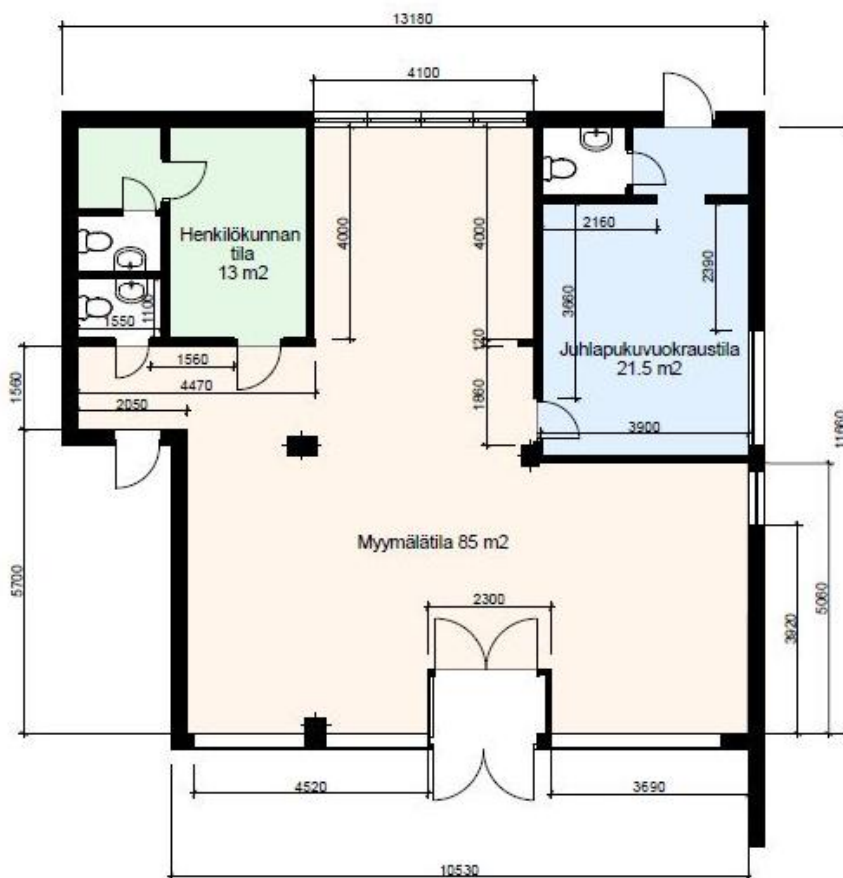
Toimeksiantoni lähti liikkeelle marraskuussa 2017 yrittäjän ottaessa minuun yhteyttä. Tuolloin yritys toimi vielä melko pienessä liiketilassa Suonenjoen keskustassa, mutta yritykselle oli tullut mahdollisuus muuttaa isompiin tiloihin, jotka sijaitsivat samassa rakennuksessa. Uudet tilat vapautuisivat joulukuussa 2017, kun niissä toiminut vaateliike Roosa oli lopettamassa liikkeen yrittäjän jäädessä eläkkeelle. Chic Chicin yrittäjä Erja näki tilaisuuden laajentaa toimintaansa ja hänellä olikin uusi liikeidea mielessään; käytettyjen juhlapukujen vuokrauspalvelu liitettynä nykyiseen asuste- ja vaateliiketoimintaan. Yrittäjällä oli pyörinyt mielessä salonkimainen tila, jossa juhlapuvut olisivat esillä ja tila toimisi omana osastonaan liikkeen sisällä. Kun yrittäjä tutustui Roosin tiloihin, löytyi sieltä varastotilana toiminut huone, jonka yrittäjä heti keksi ideoida mahdolliseksi uudeksi vuokrapukutilaksi. Niinpä Roosin liiketilat olivat oivallinen uusi paikka Chic Chic Accessoriesille, jolla oli nyt mahdollisuus tarjota uutta palvelua asiakkaille. Minulla olikin siis tehtävänä suunnitella kaksi erillistä tilaa; myymälän puoli ja juhlapukujen vuokraustila.

Koska kyseessä on pieni yritys, oli tavoitteena toteuttaa tämä myymäläsuunnitelma mahdollisimman pienellä budjetilla. Tämä tarkoitti siis sitä, että hankittavat kalusteet, materiaalit yms. tulisi ostaa käytettyinä tai ainakin hyvin edullisesti. Tästä sainkin entistä enemmän intoa projektiin, sillä harrastan kirpputorishoppailua ja selailen usein nettikirppiksiä, joten kalusteiden ja rekvisiitan etsimisestä tulisi hauskaa. Kaiken lisäksi kiertotalouden hyödyntäminen myymäläsuunnittelussa kiehtoi ajatuksena ja olin valmis ottamaan haasteen vastaan. Yksi punainen lanka oli siis soveltaa kierrätystä myymäläsuunnitteluun.

4.3 Liiketilan pohjapiirros

Suunnitelman aluksi oli oleellista nähdä ja mitata tuleva liiketila. Niinpä kävin Suonenjoella mittaus- ja kuvauskäynnillä heti marraskuussa, jolloin yhdessä Erjan kanssa kävimme vielä silloin toimivan vaateliike Roosan tiloissa. Otimme paljon valokuvia, mikä tosin oli hieman hankalaa, sillä liiketila oli vielä täynnä tavaraa. Otimme myös suuntaa-antavat mitat, jotta pääsisin hahmottelemaan pohjapiirrosta.

Pohjapiirroksen tein mittojen perusteella ArchiCadilla ja tarkoitukseni oli tehdä myös mallinnuskuvia, jos ehdin ennen remontin alkamista. Kuvassa 4 voi nähdä tilojen pohjapiirroksen. Olen eritellyt myymälätilan, juhlapukuvuokraukseen tarkoitetun tilan ja henkilökunnan tilat erikseen. Pariovet toimivat pääsisäänkäyntinä. Juhlapukuvuokraustilaan on oma sisäänkäyntimahdollisuus, mutta yrittäjä käyttää sitä takaovena ja "eteisestä" on tarkoitus myöhemmin tehdä oma sovitustilansa juhlapukujen vuokraajille. Tilasta löytyy myös oma WC, joka sekin myöhemmin tullaan remontoimaan asiakaskäyttöön. Henkilökunnan tiloihin en suunnitelmassani puuttunut.



KUVA 4. Pohjapiirros mitoilla, ei mittakaavassa

5. JUHLAPUKUVUOKRAUSTILA – VARASTOSTA SALONGIKSI

Tässä luvussa kerron juhlapukuvuokraustilan suunnitelmasta. Esittelen materiaalivalinnat ja kaluste-hankinnat sekä kerron remontin etenemisestä. Lopuksi esittelen tilan toteutuneen visuaalisen ilmeen.

5.1 Visuaaliset lähtökohdat suunnitteluun

Yrittäjällä oli itsellään jo alussa ajatus siitä, minkälaisen tilan hän kokonaisuudesta visuaalisesti haluaisi. Lähinnä hän esitti toiveita vuokrapukutilan tunnelmasta, ja kävi ilmi, että hän haki ns. buduaarihenkistä vanhaa tunnelmaa. Innostuin heti ja sain ajatuksesta kiinni, mikä puolestaan rohkaisi yrittäjää uskomaan omaan näkemykseensä. Erja antoi minulle täysin vapaat kädet suunnitteluun ja ajattelinkin, että jokin punainen lanka on oltava myymälätilan ja ”buduaarin” välillä, vaikka toiminnot niissä ovatkin täysin erilaiset. Tällä tavoin yrityksen visuaalista ilmettä ja viestiä voidaan vahvistaa ja lisätä viihtyisyyttä, kun ilme on yhteneväinen yrityksen eri tilojen välillä.

Lähtökohtana ja asiakkaan toiveena oli, että tiloihin tuotaisiin näyttävyyttä ja varsinkin ”buduaarin” puolelle tummia sävyjä, runsautta, samettia, kultaa ja erilaisilla valonlähteillä tunnelmaa. Kullalla tietysti tarkoitettiin kullanväriseksi maalattuja esineitä, tauluja ja peilejä. Niistä oikeastaan visuaalinen ajatustyöni lähti käyntiin. Toiveena oli myös löytää joko muhkeat nojatuolit tai/ja sohva tilaan tuomaan pehmeyttä ja rentoa tunnelmaa pukujen ihailun ja sovittamisen yhteyteen. Juhlapukujen vuokraustilasta haluttiin luoda kuin oma satumaailmansa, jossa asiakas voi päästä juhlatunnelmaan jo ennen pukujen sovittamista, eli osallistua elämykselliseen tapahtumaan.

Lähdin ensin suunnittelemaan ”buduaarin” sisustusta mood boardilla, johon kasasin inspiraatiokuvia Pinterestistä. Mood boardissa (kuvakollaasi 1) hahmottelin tyyliä, joka yhdisteli barokkia, rokokootta, romantiikkaa ja hieman myös itämaisyyttä. Punaisena lankana toimi kullanväri ja sametti. Erja innostui mood boardista ja totesi, että olin saanut ajatuksesta hyvin kiinni. Niinpä lähdimme toteuttamaan ”buduaaria”, joka toimikin meillä työnimenä kyseiselle tilalle lähes avajaisiin saakka.



KUVAKOLLAASI 1. Mood Board – "Buduaari". Kuvat: Pinterest.

5.2 Materiaalit ja pintaremontti

"Buduaarin" puolella oli alusta asti selvää, että seinät tapetoitaisiin vanhantyyllisellä tummalla tapetilla ja osa seinästä maalattaisiin. Nykyiset valkoiset seinät eivät toimisi, jos halutaan tuoda tunnelmallinen ja vanhanajan vaikutelma. Lattiapinta oli siellä hyvässä kunnossa, sillä tila oli aikaisemmin toiminut pääasiassa vain varastona (tosin aikoinaan myös toimistotilana), joten kulutusta ei ollut syntynyt niin paljon kuin myymälän puolella. Niinpä ehdotin, että "buduaarin" puolella ei lattiapintaa vaihdettaisi, vaan peitettäisiin lattia useammalla tai yhdellä isolla matolla. Erja oli tästä samaa mieltä. Kuvasta 5 ja 6 näkyy 3D-mallinnuksena tyhjä tila. Huone ei ollut missään vaiheessa remonttia tyhjiälläin niin, että olisin saanut kameralla otettua kuvaa lähtötilanteesta. Tilan eteisestä tullaan myöhemmässä vaiheessa tekemään asiakkaille juhlapukujen sovitustila.



KUVA 5. Tyhjä tila eteisestä päin



KUVA 6. Tila tyhjänä ovelta päin

Materiaaleista valitsimme tilaan ensimmäisenä tapetit. Kävimme Sisustuspiste Martinsénilla, joka on paikallinen Värisilmä-liike. Kuvailimme, että haimme vanhanaikaista kuvioitua tapettia ja saimmekin eri vaihtoehtoja pohdittavaksi, joista muutama näkyy kuvissa 7-9.



KUVA 7. Vaihtoehto A



KUVA 8. Vaihtoehto B



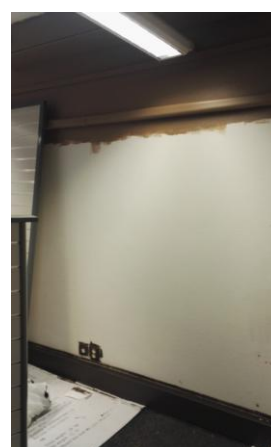
KUVA 9. Vaihtoehto C

Lopullinen valintamme oli vaihtoehto C (kuva 9) sen tumman sävyn ja kultaisten yksityiskohtien vuoksi. Tapetti on kuitutapettia ja nimeltään Karlslund 2931. Kuviokorkeus tapetissa on noin 10 cm. Lisäksi tapetti oli liikkeestä poistuva malli ja sitä oli saatavana lähestulkoon tismalleen sen verran mitä tarvitsimme. Ajattelimme, että meidän olikin tarkoitus valita tämä tapetti.

”Buduaarin” maalivalinnat puolestaan pohjautuivat tapetin sävyihin. Koska valkoiset sähkölistat tuli maalata lattianrajassa ja ilmastointilaitteen putki seinän yläosasta (kuva 10), suunnittelin, että tummanruskea sävy olisi hyvä lattianrajaan ja vaaleampi ruskea tapetin yläpuolelle jäävään osaan. Tummanruskeasta maalista syntyisi efekti korkeammasta ”lattialistasta”, vaikka se todellisuudessa on sähkölista. Vaikutelma korkeasta lattialistasta toisi arvokkaan tunnelman tilaan. Ilmastointilaitteen putki puolestaan naamioituisi ruskean maaliin taakse paremmin (kuva 11). Maalasin seinät niiltä osin kuin tarvitsi. Maalaus toteutettiin sillä aikaa kun edellinen vuokralainen vielä tyhjensi liiketilaa omista tavaroistaan. Näin saatiin omaa remonttia hyvin käyntiin. Myös ”buduaarin” ovenkarmit maalattiin tummaruskeiksi, jotta oviaukot korostuisivat kauniisti luoden samalla vanhan talon tunnelmaa.



KUVA 10. Ilmastointilaitteen putki ja sähkölista ennen maalausta



KUVA 11. Tilanne ennen tapetointia

Maalaamisen jälkeen seinät tapetoitiin valitsemaillamme kuitutapetilla. Yrittäjän aviomies kävi tapetoimassa seinät ensin pohjatapetilla, jonka jälkeen päälle tuli lopullinen tapetti (kuva 12). Tapettia tuli huoneen kaikille seinille.



KUVA 12. Tila tapetoituna ja maalattuna

Tapetointiin ja maalaamiseen eli "buduaarin" seinäpintojen remonttiin meni noin viikko aikaa. Siinä samalla kun maali kuivui tai tapettia laitettiin, maalasinkin minä mm. ikkunalautoja eli näyteikkunoiden korokkeita, mallinukkejen jalkoja, kehyksiä yms., mikä edisti molempien tilojen valmistumista (kuvat 13 ja 14). Pyrinkin käyttämään ajan aina hyödyksi nimenomaan niin, että jos jokin työ oli kesken eikä sitä sillä hetkellä voinut jatkaa, tein jotain muuta mikä vei remonttia aina eteenpäin joko myymälän tai "buduaarin" puolella.



KUVA 13. Mallinukkejen jalat maalattuna



KUVA 14. Mallinukkejen nupit maalattuna

5.3 Kalusteiden ja tekstiilien valitseminen kiertotaloutta hyödyntäen

Koska tarkoituksena oli käyttää mahdollisimman paljon käytettyä tavaraa, olivat kirpputorit, osto- ja myyntiliikkeet ja jopa huutokaupat sellaisia paikkoja, joista teimme – niin minä kuin yrittäjäkin – löytöjä. Nettikirpputoreista käytimme eniten Tori.fi:tä ja Kuopionkirppari.fi:tä, sillä tuotteen oli hyvä sijaita lähialueilla kuljetusmahdollisuuksien ja nopean saatavuuden takia. Koko liiketilan irtokaluste-suunnitelma lähti oikeastaan muutamasta huonekalusta; löysimme läheiseltä kirpputorilta upean massiivipuuisen vaatekaapin ”buduaari”-tilaan (kuva 15). Myöhemmin löysimme tilaan myös matalan massiivipuukaapin sekä työpöydän. Näiden mukaan lähti irtokalusteiden värimaailma ja tyyli hahmottumaan, mikä oli siis tumma puu. Massiivipuukalusteet ovatkin hyvä valinta niiden kestävyuden vuoksi, mikä lisää kalusteiden elinikää. Muotokieli oli barokin ja rokokoon yhdistelmä, mitä lähdetiinkin hakemaan mm. irtotuoleissa ja mahdollisessa sohvassa. Samoja elementtejä lähdimme myös tuomaan myymälän puolelle luomaan yhteneväistä ilmettä tilojen välille. Esimerkiksi kirpputorilta löydetty toinen puinen kaappi päätyi myymälän puolelle myymäläkalusteeksi. Vanhojen kalusteiden myötä molempiin tiloihin saatiinkin mielenkiintoa, omaperäisyyttä ja omanlaista viehätysvoimaa.



KUVA 15. Massiivipuinen vaatekaappi kirpputorilta

”Buduaarin” värimaailma alkoi selkeytyä seinämateriaalien ja puukalusteiden löytymisen myötä, ja tekstiilienkin värimaailma alkoi hahmottua kun löysimme Tori.fi:stä upean vanhanaikaisen rokokoo-henkisen samettisohvan (kuva 16). Yrittäjä pyysi minua käymään katsomassa sohva paikanpäällä ja varaamaan sen hänelle. Sohva oli todella hyvässä kunnossa ja kooltaan riittävä, mutta kuitenkin siro, joten se ei tukkisi koko ”buduaarin” tilaa. Kaupat tehtiin ja sohva saatiin 50 eurolla. Sohva oli väriältään kellertävä, joten sen ympärille lähdin suunnittelemaan muuta värimaailmaa ko. tilaan. Pian löysimmekin Tori.fi:stä kaksi siroa tuolia, joissa toistui samansävyinen samettipinta kuin sohvassa (kuva 17). Nämäkin tuolit saatiin hyvin edulliseen yhteishintaan. Tuolien siirrettävyyden takia niitä voidaan käyttää myös myymälän puolella.



KUVA 16. Samettisohva "buduaariin"



KUVA 17. Samettituoli

Kun olimme saaneet suurimman osan kalusteista hankittua, pystyin tekemään tilaan pohjasuunnitelman kalusteiden mittojen mukaan. Kuvassa 18 näkyy suunnittelemani paikat kalusteille. Keskelle huonetta jätin tarkoituksen mukaisesti paljon tilaa, jotta tila tuntuisi avaralta ja asiakkaiden olisi helppo liikkua tilassa.



KUVA 18. Kalustesuunnitelma vuokrapukutilaan, ei mittakaavassa

Tekstiilit

Mattojen tyyli oli myös tärkeä osa koko myymäläsuunnitelmaa. Halusin luoda romanttista, hyvällä tavalla vanhaa ja runsasta tunnelmaa matoilla, joiden kuviointi olisi persialaismattojen tyylistä. Materiaali oli hyvä olla villaa tai muuta luonnonmateriaalia kestävyytensä ja ääneneristyksen vuoksi, sillä kyseessä kuitenkin on julkinen tila, jossa liikutaan enemmän kuin yksityisessä tilassa. Mattoja tarvitsimme "buduaarin" puolelle ja myymälätilan keskiosaan. Lisäksi tarvitsimme pienempiä mattoja mm. sovituskoppeihin, WC-tilaan ja vaikkapa näyteikkunaan, jos tarpeeksi mattoja löytyisi. "Buduaarin" lattiapinta-ala oli erittäin suuri, joten sinne tarvitsimme mahdollisimman suuren maton tai useam-

man pienemmän. Yrittäjä oli kuitenkin löytänyt Tori.fi:stä suuren itämaisen maton tapaisen villamatton, jonka koko oli noin 3x4 metriä. Matto oli täydellinen löytö edulliseen hintaan ja sen kuljetuskin oli meille ilmainen, sillä yrittäjän sukulainen pystyi sen tuomaan Turusta saakka Suonenjoelle ohikulkumatkallaan. Matto hieman tuoksui vanhalle vintille, mutta sitä tuuletettiin ja pestiin soodalla sekä imuroitiin, jolloin hajut lähtivät pois. Matto oli sopiva vuokrapukutilaan niin koon kuin värienkin puolesta. Ensimmäin kokeiltiin tilaan kellertävää villamattoa, mikä oli yrittäjän oma, mutta ison maton saavuttua liikkeeseen huomasimme, että punasävyinen oli parempi ja loi lämpimämmän tunnelman tilaan tuoden samalla hieman kontrastia vaaleasävyiseen sohvaan. Loputkin matot löydettiin joko omista tai yrittäjän sukulaisten varastoista, kirpputoreilta tai nettikirpputoreilta. Itseltänikin löytyi yksi ylimääräinen pieni matto myymälän puolelle asiakas-WC-tiloihin.

Muissa tekstiileissä sametti tuntui olevan usein se juttu, johon päädyttiin mitä tuli "buduaarin" tuotteisiin. Niinpä monet samettityyny ja -tyynynpäälliset lähtivät kirpputoreja kierreltessä matkaan verhotupsujen ja muiden kankaiden ohessa. Monesti jos etsimme jotain tiettyä tavaraa, eikä sitä juuri silloin löytynyt, kuten verhoja "buduaarin" ja eteisen väliin, silloin ajattelimme, että kyllä se oikea vielä vastaan tulee ja näin usein kävikin. Kun jonkin asian jättää hautumaan, löytyy siihen myöhemmin ratkaisu kuin odottamatta. Kyseiset verhotkin löytyivät lopulta paikallisen osto- ja myyntiliikkeen eräästä nurkasta, missä ne odottivat meitä kuin tarkoituksella. Verhot näkyvät kuvassa 19, jossa on esillä myös muita kirpputoreilta löydettyjä tuotteita.



KUVA 19. Kirpputoreilta löydettyä

Myös ikkunaan tulleet verhot löytyivät kirpputorilta, joten niitäkään ei tarvinnut uutena ostaa. Lisäksi niiden keltainen sävy sopi hyvin sohvan värimaailmaan (kuva 20). Tein lisäksi muutamista löytämistäni vanhoista kankaista tyynynpäällisiä, jotka sopivat ilmeeltään tilaan hyvin.



KUVA 20. Keltaiset verhot

Kaikki tekstiilit siis ostimme käytettyinä ja niille ei tarvinnut tehdä muuta kuin pestä ja tarvittaessa silittää. On tärkeää, että vanhoja ja käytettyjä tekstiilejä uudelleenkäytetään; näin tekstiilijätettä syntyy vähemmän. Onkin hyvä, että saimme myös tekstiilien osalta hyvin hyödynnettyä kiertotaloutta, mihin olen tyytyväinen. Ostamamme käytetyt huonekalut olivat myös pääasiassa siistejä ja tarkastimmekin niiden kunnon aina ennen ostoa, ja yleensä kunto oli erinomainen. Muutamaa tuolia piti vain hieman kunnostaa, kuten jalkoja kiristää tai pieniä liimauksia tehdä, mutta se vaiva oli pientä hintaan nähden. Pienellä tuunauksella ja huoltamisella huonekalut saavat hyvin lisää aikaa käytössä, mikä puolestaan edistää kiertotalouden toteutumista.

Tapetit ja maalit, ja välttämättömät hankinnat kuten polttimot valaisimiin ostimme uutena, sillä niiden löytäminen käytettyinä olisi ollut hyötyyn nähden liian aikaa vievää ja hintavaa. Lisäksi halusimme näiden hankintojen myötä tukea myös paikallisia yrityksiä, jotka ko. tuotteita myyvät. Chic Chicin yrittäjän toiveena olikin, että huonekaluissa, rekvisiitassa ja tekstiileissä keskittyisimme kierrätykseen ja kaikki muu hankittaisiin seudun yrittäjiltä.

5.4 Rekvisiitan hankkiminen ja valaistus

Kehyksiä ostettiin paljon eri kirpputoreilta ja omia vanhojakin kehyksiä löytyi varastosta. Ideana oli saada "buduaarin" seinälle kollaasi erilaisista kehyksistä ja samaa teemaa jatkaa liiketilan puolella kehystettyjen mainosten ja inspiroivien kuvien avulla. Tällaisilla yksityiskohdilla pystyttäisiin tukemaan yhteneväistä visuaalista ilmettä yrityksen toimitiloissa. Kehykset useimmiten spraymaalattiin

kultaisiksi tai jätettiin alkuperäiseen väriin riippuen niiden kunnosta ja värimaailmasta. Kehyksissäkin toistui antiikki-teema, joten monet kehykset olivatkin hyvin koristeellisia ja näyttäviä. Toisaalta taas kultamaalilla sai pelkistettyihinkin kehyksiin lisää luonnetta (kuvat 21 ja 22).



KUVA 21. Kehyksiä "buduaariin"



KUVA 22. Kehyksiä myymälätilaan

Jotta myymälän puolella ja juhlapukuvuokraustilassa olisi kehysten lisäksi muita samoja elementtejä, ajatuksenani oli, että molemmissa tiloissa olisi samanlaiset isot kultakehyksiset kokovartalopeilit. Näin yhteneväisyys jatkuisi tilasta toiseen. Yrittäjällä itsellään olikin kotona kaksi ylimääräistä samanlaista peiliä, ja niistä inspiroituneena lähdin nettikirpputoreilta etsimään samanlaisia pari lisää. Pian ne löytyikin ja saimme ne todella edullisesti. Peilien karmit maalattiin myös kultaisiksi, ja niistä tuli upeat yksityiskohdat molempiin tiloihin. Kuvassa 23 peili näkyy myymälän puolella sovituskopissa.



KUVA 23. Kultamaalilla maalattu kokovartalopeili

Myös muuta rekvisiittaa tuli kierrätyskeskuksista, yrittäjän sukulaisilta ja kirpputoreilta hankittua. Esimerkiksi mustat isot kehykset saivat uuden ilmeen kultamaalilla kuten myös rintaliivien esittelyyn

tarkoitettu torsokin vahvistaen tyyliä, joka tuli näkyä "buduaarin" ja myymälän puolella (kuvat 24 ja 25).



KUVA 24. Ennen



KUVA 25. Jälkeen

Rekvisiitan etsiminen ja ostaminen käytettyinä jatkui oikeastaan koko muutoksen ajan, joten alkuvaiheessa ei vielä tiennytäkään mitä kaikkea lopulliseen tilaan tulisi.

Valaistus

Valaistus on tärkeä osa tunnelman luomisessa. Niin myymälätilassa kuin "buduaarin" puolella yleisvalona toimi loisteputkivalaisimet, joiden valovoima on hyvinkin riittävä tuotteiden esittelyyn. Lisäksi "buduaariin" halusin tuoda erilaisia valonlähteitä, jotta tunnelmaa pystyisi muuttamaan helposti. Seinalle, jolle tuli kehyksistä kollaasi, asennettiin sähkömiehen avulla kaksi seinävalaisinta, joiden tarkoitus oli nimenomaan tuoda entisajan tunnelmaa tilaan. Valaisimiin tuli pehmeän sävyiset kynttiläpolttimot, mikä lisäsi ajatusta kynttilänvalosta (kuva 26).



KUVA 26. Seinävalaisimet

Lisäksi halusimme tilaan ehdottomasti vanhanaikaisen kattovalaisimen. Kuvassa 27 näkyvä tumma kattovalaisin löytyi lähiseudun kirpputorilta edulliseen hintaan. Löytö oli täydellinen kyseiseen tilaan, ja pyysimme vielä sähkömiestä asentamaan tilaan himmenninkatkaisimen, jotta kattokruunun valaistusta pystyttäisiin muuttamaan kirkkaasta himmeäksi vaihtaen samalla tunnelmaa – ja näin vaikuttaa asiakkaan elämukseen tilassa. Samaa tyyliä ja tunnelmaa halusin tuoda myös myymälätilan valaistukseen ja olinkin sinne miettinyt kattokruunua. Yrittäjän sukulaiselta saimme vaalean ja siron kattokruunun, mikä oli täydellinen tuomaan valoa ja näyttävyyttä myymälän puolelle (kuva 28). Vaalea kattokruunu näkyy hyvin myös liikkeen ikkunasta ulospäin, mikä näyttävästi tukee visuaalista ilmettä, joka halutaan Chic Chic Accessoriesta antaa. Myymälätilan huonekorkeus on huomattavasti matalampi kuin juhlapukuvuokraustilassa, joten pieni kattokruunu oli sinne sopiva valinta. Myymälässä puolestaan ei muuhun valaistukseen puututtu muutoksen aikana.



KUVA 27. Kattokruunu himmentimellä



KUVA 28. myymälätilan kattokruunu

5.5 Sametti Salonki

”Buduaarista” oli siis tarkoitus tulla juhlapukujen ja -asusteiden vuokraustila, jossa juhlapuvut, korut ja hatut olisivat näyttävästi esillä siten, että asiakas voisi niihin tutustua ja sovittaa niitä. Vaikka ”buduaari” oli meillä ns. työnimi, jota käytimme jo suunnitteluvaiheessa, koki yrittäjä sen liian vaikeaksi mielleltäväksi suonenjokelaisten suuhun. Niinpä aloimme pohtia, mikä nimi olisi toimintaa kuvaava, mutta sopisi myös tilan tunnelmaan. Mietimme englanninkielisiä ja suomenkielisiä sanoja ja yhdistelimme niitä. Esimerkkejä oli Chic Chic salong, Chic Buduar, Chic buduaari, Juhlasalonki, Juhlapukuvuokraamo Chic yms. Loppujen lopuksi ehdotin, että käyttäisimme salonki-sanaa, sillä se on sopiva savolaiseen suuhun ja kuvastaa juhlallista tilaa. Pelkkä salonki ei kuitenkaan riittänyt kuvaamaan tilaa tarpeeksi, joten jossain vaiheessa asiaa pohdittuani päädyin ehdotukseen Sametti Salonki. Sametti siksi, että materiaaleissa oli käytetty paljon samettia ja se oli yksi punainen lanka kun lähdin tilaa suunnittelemaan. Yrittäjä piti ehdotusta hyvänä ja nimi sointui hyvin Chic Chic Accessoriesin kanssa yhteen. Sametti Salonki oli syntynyt. Nimessä ei tuoda ilmi vuokrauspalvelua, mutta se antaa kuitenkin vihjeen elämäksestä, jonka voi kokea astuessaan Chic Chicin uusiin tiloihin salongin puolelle.

5.6 Tilan lopullinen visuaalinen ilme

Juhlapukuokraustilan eli Sametti Salongin remontti saatiin valmiiksi ennen myymälätilaa. Tämä olikin hyvä niin päin, sillä salongin valmistumisen jälkeen pystyimme keskittymään myymälätilan remonttiin, mikä veikin kauemmin aikaa. Seuraavaksi esittelen Sametti Salongin lopputuloksen.

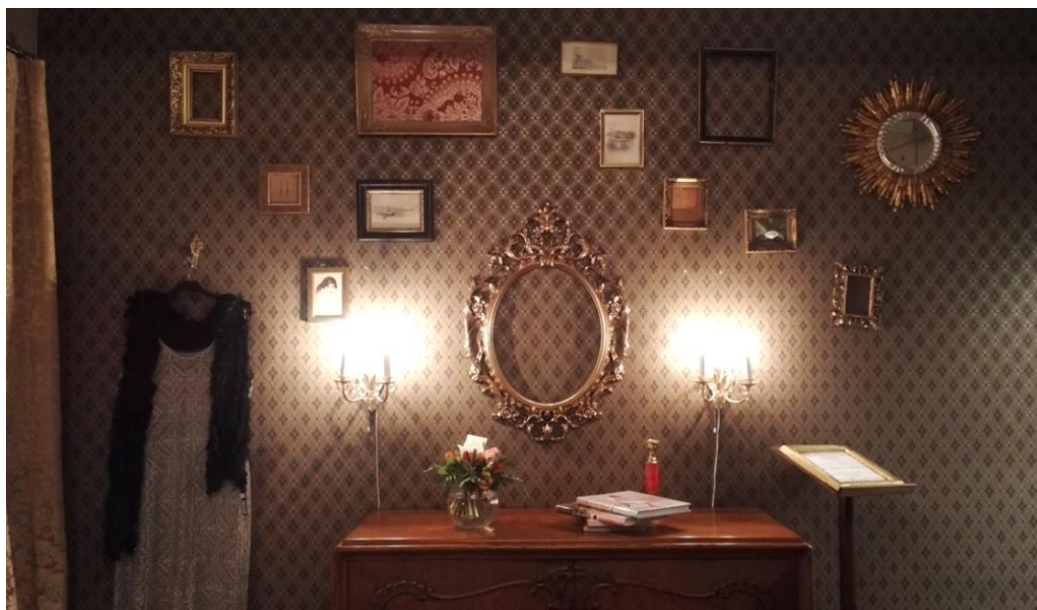
Tavoitteena oli luoda elämyksellinen tila, joka tukisi visuaalisesti myymälätilaa, mutta olisi silti oma kokonaisuutensa. Mielestäni onnistuin toteuttamaan niin yrittäjän kuin omankin näkemyksen siitä, millainen tila on kyseessä. Kuvasta 29 näkee, että toimme tilaan suunnitelman mukaan vanhoja huonekaluja, sohvaa ja nojatuolin tuomaan rentoa tunnelmaa ja paljon eri tekstuureja tekstiilien muodossa. Juhlapukuja pystyy esittelemään mallinukkejen päällä ja ne toimivatkin samalla ns. näyttelyinä, jota voi muuttaa pukuja vaihtamalla.



KUVA 29. Sametti Salonki

Kiertotalouden toteutuminen näkyy niin, että esimerkiksi kuvassa 29 näkyvät kaikki tavarat ja kalusteet on ostettu käytettyinä (juhlapuvut mukaan lukien).

Kuvassa 30 näkyy seinälle suunnittelemani kollaasi erilaisista kehyksistä. Ovaalin muotoisiin kehyksiin on vielä tarkoitus teettää peili ja joihinkin kehyksiin tuoda esimerkiksi koruja ja muita koristeita näytille. Lopputulos on boheemi ja kollaasin muodostelma vapaa, mutta tasapainossa. Kollaasia pystyy myös jatkossa muuttamaan tai lisäämään sinne kehyksiä tai muita koristeita.



KUVA 30. Kollaasi kehyksistä

Kuvissa 31–34 näkyy Sametti Salongin muutos varastotilasta juhlapukuvuokraustiloiksi. Pintamateriaalit ja valaistus vaikuttavat paljon tunnelman luomiseen, ja tummat sävyt tuovat tilaan lämpöä ja kutsuvuutta. Välillä tilaa käytettiin remontin aikana hetkellisesti materiaalien ja myymälän puolelle tulevien tavaroiden säilytystilana.



KUVA 31. Alkutilanne



KUVA 32. Seinät tapetoitu



KUVA 33. Välitilanne



KUVA 34. Lopputulos



KUVAKOLLAASI 2. Sametti Salonki

Kuvakollaasissa 2 näkyy yksityiskohtia ja tunnelmakuva, jotka hyvin kuvastavat nimenomaan tunnelmaa, joka tilaan haluttiinkin luoda. Kun tilan nimi oli päätetty, yrittäjä tilasi myös salongin oven eteen maton (kuva 35), jossa lukee Sametti Salonki. Näin pystytään korostamaan eri tiloja, mutta tuoden samalla yhteneväisyyttä myymälätilaan ja Chic Chic:iin, sillä teksti on samalla fontilla kuin Chic Chic Accessoriesin logo (kuva 36). Lisää pohdintaa tilan lopputuloksesta yms. kerron viimeisessä osiossa, jossa pohdin projektia kokonaisvaltaisesti.



KUVA 35. Ovimatto



KUVA 36. Chic Chic Accessoriesin logo

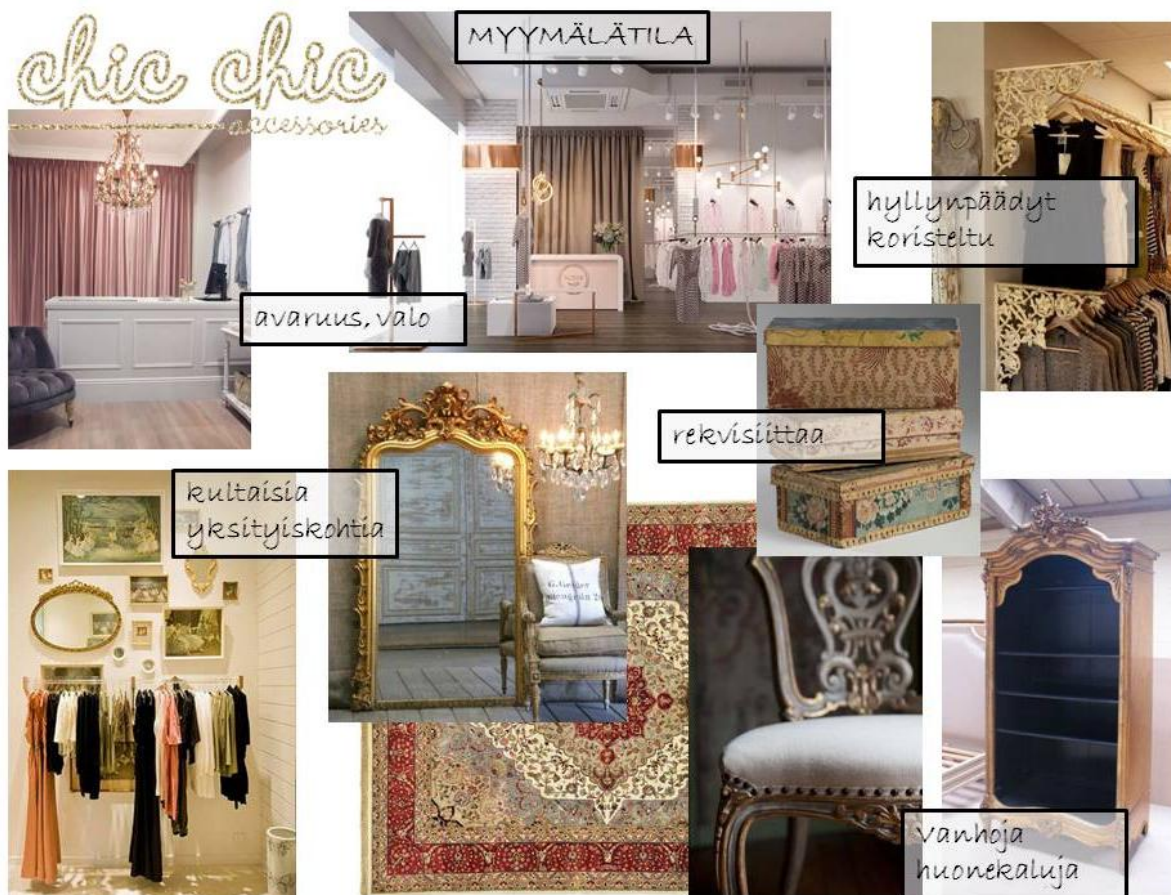
6. MYYMÄLÄSUUNNITELMA

Tässä luvussa esittelen tekemäni myymäläsuunnitelman sekä kerron materiaali- ja kalustevalinnoista myymälätilaan. Kerron remontin ja muuton etenemisestä ja lopuksi esittelen toteutuneen myymälän visuaalisen ilmeen. Esittelen lopussa myös tekemäni näyteikkunasuunnitelmat.

6.1 Visuaaliset lähtökohdat ja myymälän layout

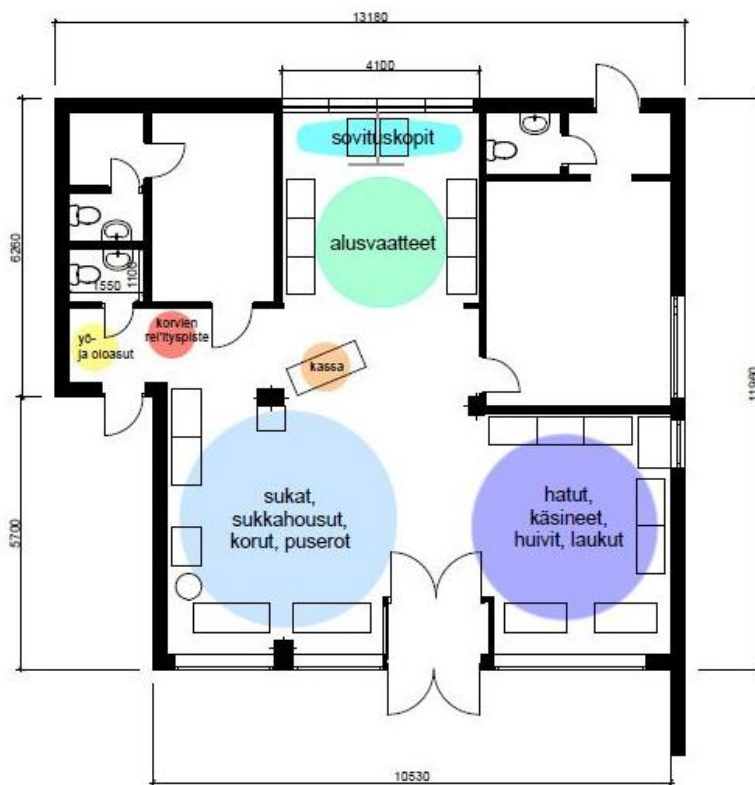
Myyväläsuunnitelma lähti Sametti Salongin pohjalta samoihin aikoihin kuin sitäkin aloin suunnittelemaan. Koska tarkoituksena oli, että myymälä henkisi samaa tunnelmaa minkä Sametti Salongissa voi aistia, olivat vanhat esineet ja kalusteet puhumattakaan kultaisista yksityiskohtista oleellisia myös myymälätiloissa. Samettia ja kultaa halusin myös tuoda myymälän puolelle ja samalla antaa ns. vihjeitä Sametti Salongin tyylistä. Näin ideoin, että myymälässä voisi olla myös mahdollisimman paljon kultaisia yksityiskohtia ja vanhoja, romanttisia esineitä ja kalusteista, jotka tavallaan johdattelisivat siihen tunnelmaan, jonka Sametti Salongin puolella voi kohdata (kuvakollaasi 3).

Chic Chic Accessoriesin aikaisemmassakin liiketilassa kullanväri oli jo jonkin verran läsnä, esimerkiksi myymäläkalusteiden yksityiskohtat, kuten vetimet, olivat kullanvärisiä. Näin ollen se sopi oikein hyvin jo syntyneeseen yrityksen visuaaliseen ilmeeseen, jota haluttiin nyt vain viedä sysäyksellä ja rohkeasti eteenpäin uudelle tasolle.



KUVAKOLLAASI 3. Mood Board – myymälätila. Kuvat: Pinterest.

Meillä oli yrittäjän kanssa ollut jo alustavasti mietinnässä, kuinka tilat jaettaisiin myytävien tuotteiden suhteen, missä myyntitiski sijaitsisi ja missä esimerkiksi sovituskoppien paikat olisivat. Näitä pystyi hyvin paikan päällä pohtimaan ja sen pohjalta tein ArchiCadilla kalustesuunnitelman, mikä lopulta muotoutui kuvan 37 mukaiseksi. Kuvasta voi nähdä kuinka myymäläkalusteiden sijaintia olin suunnitellut myymälän puolelle.



KUVA 37. Myymäläkalusteiden sijainti alueittain, ei mittakaavassa

Myymäläkalusteiden sijainti perustui siihen, miten asiakkaat tilassa kulkevat. Myyntitiskin paikan suunnittelin taukotilan edustalle, jotta se hieman rajaisi myymälän ja henkilökunnan tilaa toisistaan ja samalla tiskin takaa näkee lähes koko liiketilan. Tiskin ympärillä on hyvin liikkumatilaa niin asiakkaille kuin myyjällekin. Kuten kuvasta 37 näkyy, suunnittelin myymäläkalusteiden paikat pääasiassa liiketilan seinustoille, jotta keskiosaan jäisi vapaata tilaa kevyemmille telineille ja kalusteille, jotka ovat helposti siirrettävissä. Koska myymälätilassa oli isompi syvennys, suunnittelin sinne alusvaateosaston ja seinälle rekkitangot ja hyllyjä, jotta kevyt ilme säilyisi. Samaan tilaan tulisi myös sovituskopit.

Pyrimme jakamaan tuotteiden sijainnit loogisesti niin, että sisäänkäynnin oikealle puolelle jäisivät hatut, huivit, hanskat ja laukut, jotka kuuluvat samaan tuotealueeseen ja ovien vasemmalle puolelle puolestaan tulisivat sukkahousut, sukat ja korut omaksi alueeksi. Siirrettäviin ja kevyempiin telineisiin tulisi molemmille puolille vaatteita, joita ajan myötä myymälään tulisi lisää. Sisääntullessaan asiakas huomaa heti mitä liike tarjoaa kun jaottelu on selkeää. Nurkan taakse pieneen syvennykseen puolestaan tulee yö- ja oloasut, jotka houkuttelevat luokseen tutustumaan lähemmin. Korvien

rei'ityspiste tulisi kassan läheisyyteen omaksi selkeäksi pisteekseen. Siihen tulisi kaunis pöytä ja korkea penkki, jolla asiakas voi istua korvien rei'ityksen ajan.

Malliltaan suunnittelemani pohja on free flow-malli, jossa tuotteet sijoitellaan vapaasti tilaan ilman määrättyä reittiä. Perusteluna tälle asettelumallille on se, että vaateliikkeissä usein käytetään tätä mallia ja kyseessä on kuitenkin pieni myymälätila, joten esimerkiksi erilliselle pääkäytävälle ei ole tarvetta.

6.2 Myymäläkalusteet

Suurimpien myymäläkalusteiden paikat suunnittelin näyteikkunoiden eteen, jolloin ne luovat taustan näyteikkunalle ja sommitelmille. Koska kyseiset myymäläkalusteet olivat korkeudeltaan noin 150 cm, näkee niiden yli silti jonkin verran myymälään ja vastaavasti myymälään pääsee päivänvaloa kalusteiden yli (kuva 38).



Kuva 38. Kalusteet näyteikkunoiden eteen



KUVA 39. Myymäläkalusteet, joita oli eniten

Oli alusta asti selvää, että kaikkia Chic Chicin entisessä liiketilassa olleita myymäläkalusteita ei tarvittaisi uudessa myymälässä. Tämä siksi, että osa oli todella epäkäytännöllisiä tai huonossa kunnossa. Koska uusi liiketila oli suurempi kuin edellinen, emme halunneet täyttää kaikkea sitä tilan tunnetta massiivisilla kalusteilla, vaan lisäisimme kevyen oloisia telineitä yms. kalusteiden rinnalle, jotta tilan tuntu säilyisi, mutta tuotteille olisi silti esittelytilaa. Mittasimme kalusteiden kokoja ja niitä oli monia erilaisia, suurin osa oli noin metrin levyisiä laatikostoja, joiden yläosa oli kuvan 38 ja 39 mukainen.



KUVA 40. Jäljelle jätetyt seinäkiskot ja hyllyt

Laatikostoja haluttiin säilyttää mahdollisimman monta, sillä niiden säilytystila säästäisi varastotilan tarvetta. Poistimme suurimmasta osasta kuitenkin levyosat ja säilytimme seiniin tulevat kiskot, joille hyllynkannattimet ja hyllyt tulevat (kuva 40). Myymälän ilmeestä tulisi näin kevyt, mutta tuotteiden esittelytila säilyisi samana kuin ennenkin. Ylijääneistä myymäläkalusteista otimme talteen mahdollisia varaosia ja purimme kalusteet osiin, jonka jälkeen yrittäjä pystyi viemään ne kierrätykseen.



Kuva 41. Metallisepän tekemä myymäläkaluste

Chic Chic Accessoriesin edellisessä liikkeessä oli metallisepän mittatilaustyönä tehty korkea näyteikkunateline, joka sopi myös nykyiseen tilaan pienemmän ikkunan luokse (kuva 41). Mittasimme telineen ja se oli juuri sopiva suunniteltuun kohtaan. Niinpä sekin tuli käyttöön eikä tarvinnut heittää pois. Lisäksi uuteen tilaan oli tulossa edellisen vaateliikkeen Roosin vanhoja vaaterkkejä ja -karuselleja (kuva 42), joten Erjan ei tarvinnut ostaa uusia tai lähteä etsimään sellaisia kauempaa, sillä hänelle oli kuitenkin tulossa vaatteita aikaisempaa enemmän myyntiin kevään aikana. Osa irtotelineistä oli jo Erjan aikaisemmin käyttämiä, kuten kuvassa 43 näkyvä sukkateline. Muita myymäläkalusteita olivat mm. seinille tulevat telineet, joihin mahtuu paljon tuotteita roikkumaan ja ovat ilmeeltään kevyitä, mitä hainkin myymälätilaan (kuva 44).



KUVA 42. Siirreltävä
karuselliteline



KUVA 43. Sukkateline



KUVA 44. Seinäteline

Vaikka olisikin hyvä, että myymäläkalusteita vaihdettaisiin muutaman vuoden välein, emme kokeneet tässä tapauksessa sitä tarpeelliseksi, sillä kalusteet olivat suurimmaksi osin hyväkuntoisia, sopivat väreiltään ja toiminnoiltaan suunnitelmaan sekä uusien kalusteiden hankkiminen – jopa käytettyinä – olisi vienyt liian suuren osan budjetista. Lisäksi kalusteet saivat kuin uuden ilmeen uuden lii-

ketilan myötä ja halusin nimenomaan tässäkin korostaa kiertotalouden merkitystä. Myymäläkalusteita meidän ei siis tarvinnut ostaa uutena, vaan käytimme vanhoja ja tuunasimme niitä jos tarpeen oli. Esimerkiksi laatikolliset kalusteet siistimme ja poistimme niistä esim. rikkoutuneita peilejä, jotta yleisilme olisi siisti. Osan seinäkiskoista maalasin remontin yhteydessä kultaisella spraymaalilla, joka toikin aivan uuden ilmeen hyllyjen taakse samalla toistaen haluttua kultaista väriä ja visuaalista ilmettä (kuvat 45 ja 46).



KUVA 45. Lähikuva kiskosta



KUVA 46. Kiskot maalattu kultaisiksi

Lisäksi maalasin mm. vaaterekkejä, joita jäi edellisen vuokralaisen käytöstä ylimääräiseksi ja ne saivat uuden elämän Chic Chicin vaatetelineinä ja samalla myymäläkalusteina. Telineet tulivat tässä vaiheessa Sametti Salonkiin, mutta niiden keveyden vuoksi niitä on helppo siirrellä myös myymälätilaan tarvittaessa ja näin vaihdella myymälätilan ilmettä vaivattomasti (kuva 47)



KUVA 47. Vanhat vaaterakit saivat lisää aikaa maalipinnalla

6.3 Irtokalusteet

Kuten Sametti Salonkiin, myös myymälän puolelle oli tulossa vanhoja irtuhuonekaluja. Tällä tavoin toimitilojen ilme pysyisi yhteneväisenä ja vanhat kalusteet toisivat mielenkiintoa myymäläkalusteiden rinnalle ja samalla toimisivat myös apuna esillepanossa. Yksi isompi vaatekaappi löytyi alusvaateosastolle, mihin mahtuikin paljon tuotteita esille. Kaappia pystyy pitämään auki tai kiinni sen mukaan, mitä kaapissa milloinkin on (kuva 48).



KUVA 48. Vanha massiivipuinen kaappi toimii myymäläkalusteena

Lisäksi yrittäjällä oli toiveena alusvaateosastolle pöytäryhmä, jonka ääressä hän pystyisi esittelemään mallistoja ja kuvastoja asiakkaalle kaikessa rauhassa. Sopiva massiivipuinen pöytä löytyi ja siihen sopivat tuolit olivatkin aikaisemmin löydetyt keltaiset samettituolit (kuva 49).



KUVA 49. Pöytäryhmä alusvaateosastolle

Koska Chic Chicin asiakkaisiin kuuluu myös paljon ikääntyneitä, oli myymälätilassa hyvä olla istumapaikkojakin. Varsinkin hieman korkeampi istuin olisi tarpeen. Seniorituoleja etsimme nettikirpputoreilta jonkin aikaa, kunnes eteen ilmestyi kauniisti verhoiltu, juuri tyyliin sopiva ja hyväkuntoinen massiivipuinen seniorituoli. Saimme tuolin hyvin edullisesti ja se oli kuin tehty uutta myymälää varten. Kuvasta 50 näkyy, kuinka värit ja muodot sopivat yhteneväiseen tyyliin.



KUVA 50. Kaunis seniorituoli kirpputorilta

Siirrettävien irtokalusteiden avulla liikkeen ilmettä pystytään muuttamaan melko vaivattomasti ja tässäkin tilassa esimerkiksi myymälän ja Sametti Salongin välillä kalusteita vaihtamalla saa päivitettyä molempia tiloja haluamallaan tavalla. Ilmeen päivitys voi siis olla taloudellista ja helppoa ilman suuria muutoksia myymäläkalusteissa.

6.4 Materiaalivalinnat

Koska myös myymälätilan seinät tarvitsivat maalausta, valitsimme sinne valkoisen maalin, jotta pinttyneet ja tummuneet seinät saisivat raikkaan ulkoasun. Kun vaateliike Roosa tyhjensi liiketilan omista tavaroistaan, pääsimme näkemään tilan pintojen kunnon. Totesimme, että ainakin myymälätilan lattia tulisi vaihtaa, sillä nykyinen lattia oli 1970–80-luvulta peräisin oleva kulunut muovimatto (kuva 51). Perustelin lattian vaihtoa sillä, että se viestii myös yrityksen visuaalista ilmettä ja uusi olisi siistimpi, näyttävämpi ja näin tukisi varmasti myös tuotteiden esilläoloa ja siten liiketoimintaa. Yrittäjä oli samaa mieltä.



KUVA 51. Alkuperäinen lattipinta myymälässä

Lattiamateriaalin valinta tuotti aluksi hieman mietintää, sillä saimme taloyhtiöltä muutaman puukuviollisen vinyylilankun mallin vaihtoehtoiksi. Olin ajatellut kivijäljitelmaa, mikä sopisi vanhaan tunnelmaan ja poikkeaisi tavanomaisesta puukuviosta luoden omaperäisen ilmeen myymälään. Niinpä teimme taloyhtiölle vastaehdotuksen, että hakisimme budjettiin sopivia mallipaloja ja niistä valitsimme sopivan jos vain heitä meidän valintamme miellytti. Tämä sopi ja haimmekin muutaman erilaisen vinyylilattiamallipalan (kuva 52). Vinyyli on materiaalina kestävä julkitiloissa ja miellyttävä astua.



KUVA 52. Lattivaihtoehtoja

Päädymme tummaan, jo valmiiksi kuluneen näköiseen kivijäljitelmävinyylilattiaan. Sävyltään se on ruskeanharmaa, mikä sopi hyvin tuomaan kontrastia vaaleanharmaisiin myymäläkalusteisiin ja hohotaviin kultaisiin yksityiskohtiin (kuva 53). Lisäksi lattia toisi hieman rosoisuutta, jotta lopputulos ei olisi liian siloiteltu.



KUVA 53. Valittu kivijäljitelmä vinyylilattia

Tekstiilit valittiin tilaan Sametti Salongin pohjalta. Myymälän keskiosaan löysimme osto- ja myyntiliikkeestä samanhenkisen villamatton kuin salongin puolelle, tosin pienempänä (kuva 54). Sävyiltään matto on punertava, mikä tuo tilaan lämpöä ja kotoisuutta. Villa eristää hyvin ääniä ja maton pinta on karhea, mikä on hyvä heti sisäänkäynnin lähettyvillä.



KUVA 54. Myymälätilan villamatto

Sovituskoppien verhoiksi kokeiltiin ensin ylijääneitä keltasävyisiä verhoja, mutta ne olivat hieman tunkkaiset myymälätilaan. Suunnitelmani olikin alun perin, että jos sovituskoppeihin löytyisi harmaat verhot, sopisi se hyvin niin kalusteisiin ja lopulta myös lattian sävyyn. Facebookin kirpputorilta löysin lopulta tummanharmaat samettipintaiset verhot. Sametti materiaalina sitoi nyt kaksi eri tilaa toisiinsa - eli myymälän ja vuokrapukutilan, jossa sametti olikin pääosassa. Verhot näkyvät kuvissa muun muassa lopputulos-osiossa.

Värimaailma

Pintamateriaalien ja myymäläkalusteiden värien myötä määräytyi myös muiden värien käyttö myymälätilassa. Halusin luoda vaaleamman ja raikkaamman värimaailman kuin Sametti Salongin puolelle, minkä olikin tarkoitus olla sävyiltään tumma. Myymälään pääsee isoista ikkunoista paljon päivänvaloa, mikä tukee valoisuuden tunnetta. Lisäksi myymäläkalusteet ovat vaaleanharmaat, joten ne eivät ime valoa itseensä. Halusin kuitenkin, että tunnelma myös myymälän puolella olisi lämmin ja kutsuva sekä omalla tavallaan kotoisa ja samalla antaisi vihjeitä Sametti Salongin tunnelmasta. Kotoisuutta tuo esimerkiksi yllä esitelty villamatto ja muut erilaiset tekstiilit.

Päivärit suunnitelmassa olivat siis harmaan sävyt, joiden rinnalle tuli vanha roosa ja kultaiset yksityiskohdat. Lisäksi kellertävää oli siellä täällä, mm. tuoleissa ja maton kuvioissa – mikä puolestaan tuki kullanhoidtoa. Värit sointuivat hyvin yhteen luoden romanttista ja hyvällä tavalla vanhahtavaa tunnelmaa, mutta tila silti säilyi modernina kultaisten ja selkeiden yksityiskohtien myötä. Kerron lisää sävyjen yhteensopimisesta kun esittelen myymäläsuunnitelman lopputuloksen.

6.5 Remontin eteneminen

Koska liiketila vaati pintaremonttia, ei esimerkiksi myymäläkalusteita tai tuotteita voinut heti tuoda uuteen myymälään. Edessä oli maalaamista ja lattian uusiminen, wc:n kunnostaminen asiakaskäyttöön yms. Edellinen vaateliike tyhjensi tilat joulukuun 2017 viimeisellä viikolla, jolloin aloitimme jo Sametti Salongin remonttia. Se saatiinkin ensin valmiiksi, vaikka kumpaakin tilaa pyrittiin tekemään yhtä aikaa.

Lattian saapuminen liikkeelle hieman viivästyi ja siinä mielessä hidasti muuton ja muun remontin edistymistä muutamalla päivällä. Kun lattiamateriaali viimein saapui (kuva 55), tuli vinyylilattiapaketien odottaa vielä lämpimässä ainakin vuorokauden ajan ennen asentamista, ettei lattiapinnasta tulisi käyrä tai kupruileva.



KUVA 55. Lattiamateriaali saapunut liikkeeseen

Taloyhtiön palkkaamat remonttimiehet kävivät asentamassa lattia kahden työpäivän aikana. Lattia asennettiin vanhan muovilattian päälle. Lattiapinnasta tuli hieno ja se kohensi heti liiketilan yleisilmettä (kuva 56). Samalla remonttimiehet maalasivat liiketilan seinät valkoisiksi.



KUVA 56. Lattia asennettuna ja seinät maalattuna

Lattiaremontin aikana minun tehtävä oli saada asiakas-wc kunnostettua. Toimitiloissa on yhteensä 3 WC:tä, joista kaksi oli tulossa asiakaskäyttöön. Toista, joka sijaitsee Sametti Salongin puolella, ei ollut vielä tarkoitus tämän remontin yhteydessä saada valmiiksi. Niinpä myymäläpuoleinen WC oli muutoksen kohteena. WC:tä ei tarvinnut pinnoiltaan vaihtaa, mutta siniset kaakelit halusimme piiloon (kuva 57). Päätin, että maalaan sinisen osan kultaisella maalilla ja ilme muuttui heti yhteneväiseksi muun liiketilan kanssa (kuvat 58 ja 59). Yrityksen visuaalinen ilme ylettyy siis WC-tiloihin saakka. Vanha kellastunut valaisin poistettiin ja tilalle ostettiin paikallisesta sähkörytystä LED-spottivalaisin, joka toi valollaan raikkautta WC-tilaan. Asensimme vielä kirpputorilta löydetyn lasihyllyn paikoilleen ja somistamalla sievästi WC:stä tuli aivan kuin uusi. WC:n kunnostamiseen meni muutama päivä johtuen mm. maalin kuivumisesta ja tavaroiden hankkimisesta.



KUVA 57. WC ennen



KUVA 58. WC maalattuna



KUVA 59. WC jälkeen

Koska remonttia ei pintojen ja pienten sähkötöiden lisäksi muuten tarvinnut tehdä, oli seuraavaksi vuorossa enää kalusteiden tuominen liiketilaan ja sitä myötä myös tuotteiden esillepano.

6.6 Kalusteiden ja tuotteiden sijoittaminen

Kun pinnat oli saatu remontoitua, oli aika alkaa muuttamaan kalusteita ja tavaroita vanhasta tilasta uuteen. Chic Chicin vanha liiketila sijaitsi yhden ulko-oven päässä samassa rakennuksessa, joten muuttoautoja tms. ei projektissamme tarvittu. Aloitimme isoimpien myymäläkalusteiden siirtämisellä. Kävimme vielä läpi kalusteet, mitkä tulisivat uuteen tilaan ja mitkä vietäisiin kierrätykseen. Kalusteet olivat raskaita, vaikka ne olikin purettu osiin siirtämisen ajaksi. Osat kannettiin uuteen tilaan, vietiin omille paikoilleen suunnittelemani pohjapiirroksen mukaan ja kasasimme akkuporakoneen avulla ne takaisin pystyyn. Muuttoa tehtiin vaiheittain, välillä kannettiin kalusteita ja välillä laitettiin tuotteita paikoilleen. Kuvasta 60 näkee, millainen ns. välitilanne oli muutossa. Lattioiden suojana tuli pitää pahvia, ettei uusi lattia naarmuuntuisi.



KUVA 60. Muuttovaihe



KUVA 61. Seinätelineet ja tuotteet paikoillaan

Asensimme seinätelineet seinään, joko iskuporakoneen tai akkuporakoneen avulla riippuen seinän materiaalista. Kannakkeet asennettiin oikealle korkeudelle ja hyllyt paikoilleen – kalusteet olivat valmiita tuotteille. Itse kalusteiden muuttoon ja paikoilleen laittamiseen meni muutama päivä aikaa.

Löysimme lähiseudun kirpputorilta edulliseen hintaan monta rullaa kultanhoitoista tapettia, jolla päällystimmme niiden kalusteiden taustoja, jotka tulivat näyteikkunan eteen. Näin näyteikkunan taustakin toistaisi sävyllään samaa teemaa muun liiketilan kanssa ja houkuttelee asiakkaita kurkkaamaan myös sisälle. Kaikkien kalusteiden taustoja emme ehtineet remontin aikana tapetoimaan, mutta projekti jatkuu myöhemmin (kuva 62).



KUVA 62. Kultanhohtoinen tapetti kalusteiden taustalle

6.7 Lopullinen myymälän ilme

Remontin ja muuton loppuvaihe meni hyvin nopealla tahdilla, sillä olimme jo viikon alkuperäisestä aikataulusta myöhässä. Kun kalusteet olivat paikoillaan ja kaikki irtokalusteet hankittu, tuunattu ja siistitty, oli aika asetella myytävät tuotteet paikoilleen. Kun tuotteetkin oli saatu omille myyntipaikoilleen, pystyi vielä somistamaan tiloja mm. kehystetyillä kuvilla. Lisäksi siivosimme paikat ja toimme matot sisään roskien ja pahvien pois viemisen jälkeen. Viimeiset mainokset paikoilleen ja avajaiset pystyttiin pitämään 19. tammikuuta 2018.



KUVA 63. Näkymä sisäntulosta

Kuvassa 63 näkyy, miltä liiketila näytti avajaispäivänä. Lopputulos oli niin yrittäjän kuin minunkin mielestä onnistunut. Heti sisäänastuessa tunnelma on lämmin ja kutsuva, mikä varmasti houkuttelee monia asiakkaita sisälle. Kattokruunu tuo heti ilmeeseen arvokkuutta ja vanhaa tunnelmaa. Samoin vanhat irtokalusteet tuovat omaperäisen ja mielenkiintoisen lisän myymälätilaan ja niiden sävyt sopivat tilaan hyvin. Myymälän visuaalinen ilme ulottuu ulko-ovelle saakka, sillä oven edessä oleva matto on samanhenkinen kuin myymälän puolella olevat matot (kuva 64). Näin yritys viestii itsensä ja sisustuksestaan jo liikkeen ulkopuolellakin. Lisäksi matto tuo omaperäisen lisän sisäänkäynnille ja vähentää sisälle tulevan hiekan määrää.



KUVA 64. Matto ulko-ovella



KUVA 65. Näkymä oikealle

Tilasta tuli avara ja tuotteet löysivät hyvin paikkansa. Kuvassa 65 näkyy hattu-, huivi- ja laukkuosasto, sekä keskellä tilaa tilapäiseksi siihen tuodut ale-laatikot, joista asiakkaat voivat tehdä nopeita ja edullisia löytöjä joko sisääntullessaan tai poislähtiessään. Kuvissa 66 ja 67 näkyy puolestaan sukka-

housu- ja korusasto. Vaalea yleisilme on säilynyt, mutta lattia ja villamatto tuovat ilmeeseen kontrastia.



KUVA 66. Näkymä vasemmalle



KUVA 67. Koru- ja sukkahousuosasto



KUVA 68. Yö- ja oloasut



KUVA 69. Korvien rei'ityspiste

Yö- ja oloasuosasto toimii omana pienenä nurkkauksenaan, mutta on silti kutsuva yksinkertaisella esillepanollaan (kuva 68). Nurkkaukseen voisi lisätä vielä esimerkiksi spottivalon korostamaan tuotteita. Heti vieressä toimii korvien rei'ityspiste (kuva 69). Pisteelle hankittu pöytä oli edellisen vuokralaisen käytössä, joten sen saimme myös käytettynä. Kultaiset yksityiskohdat ja esimerkiksi korkean tuolin (kuva 68) päällinen toistavat samaa värimaailmaa mikä muussakin tilassa näkyy.



KUVA 70. Yleiskuva



KUVA 71. Alusvaateosaston pöytäryhmä

Vaikka liiketila onkin suhteellisen pieni, on eri osastot silti selkeästi jaoteltu ja erottuvat toisistaan. Yhdistävät tekijät kuitenkin näkyvät selvästi, kuten samat sävyt teksteileissä ja kalusteissa (kuvat 70 ja 71). Näin ollen tilan eri osat yhdistyvät hyvin samaksi tilaksi, joten visuaalinen ilme on looginen ja yhteneväinen. Kuvasta 72 ja 73 voi nähdä, kuinka pelkät hyllyt ja rekit seinällä ovat kevyen oloisia ilman raskaita kalustelevyjä ympärillä. Tuotteet tulevat paremmin esille ja valo kulkee paremmin tilan läpi. Varsinkin lasihyllyt toivat ilmavuutta tilaan (kuva 73).



KUVA 72. Kevyt yleisilme



KUVA 73. Lasihyllyt

Kultaiset yksityiskohdat toistuvat läpi myymälän (kuvat 74 ja 75) ja esimerkiksi kultareunaiset kokovartalopeilit ovat tärkeä yhdistävä elementti visuaalisessa ilmeessä (kuvat 75 ja 76).



KUVA 74. Kultaiset kehykset



KUVA 75. Kultainen peili koruosastolla



KUVA 76. Kultainen peili sovituskopissa



KUVA 77. Sovituskoppi

Sovituskoppeja myymälään tuli kaksi kappaletta ja molempiin pienet nojatuolit, myymäläkalusteina toimineet peililliset laatikostot (kuva 77) ja kultaiset kokovartalopeilit. Verhojen ja tuolien sävyt sopivat hyvin yhteen – vielä olisi tarkoitus löytää koppeihin pienet harmaat matot.

Kokonaisuudessaan myymälä vastasi sitä ajatusta, jonka jo mood boardia tehdessä minulle tuli. Sävyt sopivat toisiinsa, valon määrä on hyvä (niin luonnon- kuin keinovalonkin), kierrätettyjä huonekaluja on käytetty ja vanhoja kalusteita ja esineitä kunnostettu uuteen loistoon. Oli hienoa huomata, kuinka kierrätetyn tavarahan pystyy tuomaan eloon uudella tavalla ja vieläpä myymäläympäristössä.

Tein lopuksi vielä kuvakollaasin mood boardin tapaan (kuvakollaasi 4), jotta lopputuloksen voi nähdä kokonaisuudessaan. Visuaalinen ilme vastasi hyvin mood boardia, jonka toteutin suunnittelun alkuvaiheessa (kuvakollaasi 3).



KUVAKOLLAASI 4. Myymäläsuunnitelman lopputulos

6.8 Näyteikkunasuunnitelma

Oleellisena osana myymäläsuunnittelussa on myös näyteikkunasuunnittelu, mikä tässäkin projektissa oli mukana. Koska näyteikkuna toimii yrityksen käyntikorttina vuorokauden ympäri, pitää sen olla tarpeeksi näyttävä ja viestiä yrityksen visuaalista ilmettä samalla tukien myytäviä tuotteita. Koska käytimme paljon kultaisia yksityiskohtia myymälätallassa ja Sametti Salongissa, halusin tuoda samoja elementtejä myös näyteikkunoihin. Myymälällä on yhteensä viisi ikkunaa, joista kolme on suuria näyteikkunoita sisäänkäynnin molemmin puolin (kuva 78).



KUVA 78. 3D-mallinnus ulkoa päin

Yksi pienempi ikkuna sijaitsee sivuseinällä ja se oli edellisen vaateliikkeen Roosin aikaan piilossa. Halusimme sen esiin, jotta päivänvalo pääsisi sisään ja tuotteita pystyisi mahdollisimman monipuolisesti esittelemään liikkeen ulkopuolelle. Viimeinen ikkuna on Sametti Salongin ikkuna, mikä ei virallisesti ole näyteikkuna, mutta jossain vaiheessa siihenkin voisi jotain tuote-esittelyä suunnitella.

Kunnostin vanhat ikkunalaudat, jotka toimivat siis samalla näyteikkunan pohjana / esittelyalustana. Korokkeet olivat lakattua puuta, joten hioin ne ja maalasin kultamaalilla. Näin jälleen yhteneväinen visuaalinen ilme ulottuu myymälätilasta näyteikkunaan saakka. Korokkeet olivat maalauksen jälkeen kuin uudet, joten niiden käyttöikäkin piteni (kuvat 79–81).



KUVA 79. Ennen



KUVA 80. Maalattuna



KUVA 81. Jälkeen

Koska remontti vei niin paljon aikaa ja avajaiset lähestyivät, ehdotin yrittäjälle, että tekisin aluksi ns. nopean ikkunoiden somistamisen ja kevääksi hyvin suunnitellun näyteikkunan kevään tuotteilla. Niinpä tein talvi-ikkunan ja kevät-ikkunan erikseen. Keskityin suunnittelussa kolmeen suureen näyteikkunaan pääsisäänkäynnin luona. Pyysin yrittäjää näyttämään minulle uutuustuotteet, jotka olisi hyvä saada ikkunaan esille. Näyteikkunasuunnittelussa on aina lähdettävä tuotteista ja niiden yhdistelemisestä. Niinpä mallailin uutuuspuseroita ja sukkahousuja eri asusteiden kanssa, mitkä sopisivat keskenään yhteen värien ja muotojen puolesta. Tein siis remontin jälkeen talven uutuustuotteista esittelyt näyteikkunoihin (kuvakollaasi 5).



KUVAKOLLAASI 5. Talven näyteikkunat

Kultaiset yksityiskohdat; kehykset, pieni pöytä, kultaiseksi maalattu pylväs yms. toimivat tuotteiden ohella pohjana kun lähdin sommitelmia suunnittelemaan – niin talven sommitelmassa kuin tulevassa kevään esittelyssäkin. Kevään ikkunaa suunniteltaessa lähdin jälleen uutuustuotteista, joista olin pyytänyt yrittäjältä tietoja etukäteen. Halusin luoda lähestyvää äitienpäivää varten hempeän kokonaisuuden ja tulevaa juhlaikkoa ajatellen tuoda esille juhlapukeutumisen ja raikkaat värit. Pysin sommitelmissa epäsymmetrisiin kokonaisuuksiin ja eri tasojen hyödyntämiseen, jotta kokonaisuudesta tulisi mielenkiintoinen, katsetta johdatteleva ja houkutteleva. Kevään ikkunoiden suunnittelussa pyrin käyttämään paljon samoja sävyjä keskenään, jotta lopputulos ei olisi sekava. Koska näyteikkunoita on Chic Chicillä niin monta, oli myös hyvä ottaa huomioon sommitelmien keskenäinen yhteensopiminen. Samalla mietin tulevia ikkunateippauksia, kuinka ne voitaisiin toteuttaa. Tein suunnitelmat ArchiCadilla ja varsinaisen toteutuksen tein toukokuun 2018 aikana.



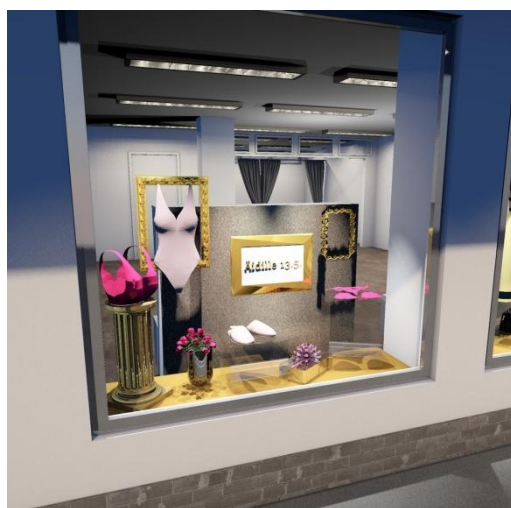
KUVA 82. Näyteikkunasuunnitelma – koko näkymä

Kuvassa 82 näkyy kokonaisuutena suunnittelemani näyteikkunat ja ikkunateippaukset. Ikkunoissa toistuu kultainen teema, mikä myymälän puolellakin. Jokaisessa ikkunassa pyrin epäsymmetriseen sommitelmaan, jotta ohikulkijan mielenkiinto heräisi. Värejä käytin maltillisesti ja mekkojen kuosit ovat oikeita kuoseja, joita Chic Chicin kevätuutuuksissa olevissa vaatteissa on. Eri kehyksiin on tar-
koitus tulla esille hinnat tuotteista ja osaan mainoksia.



KUVA 83. Iso näyteikkuna

Isoon näyteikkunaan (kuva 83) suunnittelin maanläheisten sävyjen yhdistelemistä ja eloisuutta sommitelmaan toi eri tasoilla olevat kehykset. Kehyksiin tulisi hinnat esille, mutta osa voisi olla vaika tyhjiltään rekvisiittana ja mekkojen pidikkeinä.



KUVA 84. Näyteikkuna – äidille



KUVA 85. Näyteikkuna – juhlamekot

Pienemmissä näyteikkunoissa (kuvat 84 ja 85) keskityin tulevaan juhlauteen ja äitienpäivään. Tuotteina ovat mm. aamutossut, rintaliivit ja juhlapuolella mekkojen lisäksi juhlalaukut. Teemana molemmissa ikkunoissa on naiselliset värit, kukat ja lahjapaketit. Kultaiset yksityiskohdat jälleen yhdistävät ikkunat keskenään ja myymälätilan kanssa eheäksi kokonaisuudeksi.

7. PÄÄTÄNTÄ

Kokonaisuudessaan projekti oli hyvin opettavainen, sillä pääsin alusta loppuun saakka olemaan mukana myymälän muutoksessa, mikä ei ole tavanomaisin tilanne suunnittelijalle. Tämä projekti oli kuitenkin poikkeuksellinen, sillä esimerkiksi irtokalusteiden hankkiminen jatkui lähes läpi muutoksen, joten minun tuli olla mukana suunnittelussa koko remontin ajan. Jotta kiertotalouden ajatusta pystyttiin hyödyntämään lopputuloksessa mahdollisimman paljon, halusin olla mukana kunnostamassa ja tuunaamassa kalusteita. Lisäksi halusin nähdä, kuinka tyhjästä tilasta saadaan valmis myymälä. Pääsin mukaan tekemään konkreettisesti asioita, kuten maalaamaan, purkaamaan ja kasaamaan kalusteita, poraamaan yms. mitä remontin tekemiseen kuuluu. Koska olen käsillätekijä, sujui pienet muutoshommat minulta hyvin ja oli hienoa nähdä oma kädenjälki lopputuloksessa.

Suunnittelussa sain vapaat kädet, mikä tietenkin luovalle ihmiselle oli oikea unelma. Koska itsekin viehätyin ajatuksesta, että käyttäisimme vain käytettyjä kalusteita ja tekstiilejä, oli tämä projekti lähellä sydäntäni ja halusin todella onnistua lopputuloksessa. Kirpputorien kiertäminen kävi harrastuksesta ja silmä harjaantui nopeasti niille esineille ja tavaroille, joita projektiin etsimme. Yllättävän nopeasti tavaroita löytyi, ja kuten aikaisemminkin mainitsin, jos jotain ei etsimällä löytynyt, annoimme esineelle tai tavaralle mahdollisuuden löytää meidät ja niin usein kävi. Joskus myös kun ei tiennyt edes mitä etsi, tiesi vasta tavaralla tullessa vastaan, että se on tarvitsemamme tuote. Ostaminen kirpputoreilta vei toki enemmän aikaa kuin uuden ostaminen, mutta oli se kiehtovaakin. Oli palkitsevaa tehdä upeita löytöjä edulliseen hintaan ja paikoista, joista ei ajatellut ko. tavaraa löytyvän.

Ajallisesti remontti eteni osittain hieman verkkaisesti, johtuen mm. siitä, että lattiamateriaali ei saapunutkaan ajallaan ja asentajat eivät päässeet heti sitä laittamaan paikoilleen. Tällaisessa remontissa jo parin päivän viivästyminen voi tuntua jopa turhauttavalta, varsinkin kun ilman lattiapintaa emme voineet tuoda edes myymäläkalusteita tilaan. Tällöin teimme pienempiä askareita, jotka muuten edistivät remonttia. Toinen asia, mikä aikataulun pitkittymiseen vaikutti, oli se, että tein paljon yrittäjän kanssa hommia kahdestaan. Toki meillä oli apujoukoissa mm. yrittäjälle tuttu sähkömies ja suurena apuna yrittäjän aviomies, joka auttoi kantamaan mm. painavimmat kalusteet liike-tilasta toiseen ja hoiti vaativimmat poraukset seiniin. Yrittäjän ystävät tulivat myös viimehetkillä auttamaan kun avajaispäivä lähenee ja tuotteita oli vielä laittamatta paikoilleen. Mitä tekisin siis toisin, olisi se, että laskisin aikatauluun noin viikko-kaksi pelivaraa, jotta ei lopussa tulisi niin kiire ja mahdollisuuksien mukaan kysyisin apujoukkoja enemmän remontin eri vaiheisiin jo etukäteen. Hyvin kuitenkin pärjättiin pienelläkin porukalla ja remonttia ja muutostöitä oli hauska tehdä yhdessä.

Kiertotalouden hyödyntäminen myymäläsuunnittelussa tuli minulle myös konkreettisesti tutuksi. Arvostukseni kierrättämistä ja kiertotaloutta kohtaan kasvoi huomasti tämän projektin myötä, kun lopulta näin miten omaperäisen liiketilan voi saada aikaan pelkästään kierrätetyillä kalusteilla, kun vain osaa yhdistellä niitä oikein. Erityisen ylpeä olen yrittäjän kanssa Sametti Salongista, josta tuli kuin menneiden aikojen aikakapseli, jossa asiakas voi elämyksellisesti osallistua pukujen sovittamiseen tuntien samalla olevansa kuin juhlasalissa jo valmiina. Monet asiakkaat sanoivatkin avajaispäivänä, että tulee jo juhmallinen olo pelkästään astumalla salonkiin sisälle – tähän tuki juhlapukujen

vuokraamista aivan varmasti ja vaikuttaa näin liiketoimintaan positiivisesti. Hauskana yksityiskohtana vielä onkin, että Chic Chic tulee tarjoamaan vuokrauspalvelua, mikä on tärkeä osa kiertotaloutta kun ajatellaan uusien tuotteiden ostamisen ja kuluttamisen vähentämistä.

Olen tyytyväinen molempien tilojen lopputulokseen ja siihen, miten tilat yhdistyvät toisiinsa olemalla kuitenkin erilaiset. Pienillä yksityiskohdilla, joilla huomasin projektin aikana olevan suuri merkitys, saa ihmeitä aikaan. Lisäksi kevyiden kalusteiden paikkaa voi jatkossa vaihdella Sametti Salongin ja myymälätilan välillä, mikä tuo aika ajoin mukavaa vaihtelua tiloihin ja silti sopivat kumpaankin tilaan vain. Lisäksi erilaisilla tekstiileillä (esimerkiksi verhoja vaihtamalla) voi tuoda vaikkapa kesää vasten raikkautta myös Salongin puolelle. Tilat ovat siis siinä mielessä muunneltavissa, jos yrittäjä vain niin haluaa.

Haastavaa tässä projektissa oli se, että emme alkuun tienneet, millaisia kalusteita ja esineitä tiloissa tulee olemaan; toisin kuin "tavallisessa" myymäläsuunnittelussa, jossa jo alussa tyypitetään mahdolliset uudet kalusteet, valaisimet ja materiaalit. Nyt ei tiennyt, millaisia kaappeja ja tuoleja löytäisimme tai minkälaiset verhot ja matot tiloihin tulee. Toki suunnitteluvaiheessa oli määritelty, minkä tyyppisiä kalusteita ja tekstiilejä etsisimme, mikä tietysti helpotti tuotteiden löytämistä projektin edetessä, kun silmä harjaantui tietyille tyyliille.

Tämä projekti opetti minulle paljon mm. aikataulutuksesta ja tietenkin myymälän visuaalisen ilmeen suunnittelusta. Oman kädenjäljen näkyminen lopputuloksessa toi varmuutta siitä, että olen omalla alallani ja tahdon jatkossakin hyödyntää kiertotaloutta suunnittelussa.

LÄHTEET

- ACAROGLU, Leyla 2018. Positiivisesti disruptiivinen muotoilu. Julkaisussa: TIKKA, Ville ja GÄVERT, Nappu 2018. Designin uusi aalto – merkitystä ja menestystä tälle vuosisadalle. Helsinki: Kustannus-osakeyhtiö Siltala.
- BAILEY, Mark, BAILEY, Sally 2008. Vanhan tavaran uusi koti: ideoita sisustukseen kirppiksiltä ja kiertäyksestä. (Suom. Susanna Paarma). WSOY.
- CAMU 2018. Patagonia. Www-sivut. [Viitattu 2018-04-15]. Saatavissa: <http://www.camu.fi/brands/patagonia>
- CHALMERS, Emily, HANAN, Ali 2003. Kaunista kotiin pikkurahalla. Otava.
- DESIGN DISTRICT HELSINKI 2018. Rakennusapteekki. Www-sivut. [Viitattu 2018-04-16]. Saatavissa: <https://designdistrict.fi/fi/jasenet/rakennusapteekki/>
- DESTACLEAN OY 2018. Destaclean® konsepti. Www-sivut. [Viitattu 2018-04-05]. Saatavissa: <http://www.destaclean.fi/>
- ELINKEINOELÄMÄN KESKUSLIITTO. Mikä ihmeen kiertotalous? [Viitattu 2018-04-19]. Saatavissa: <https://ek.fi/syty-kiertotaloudesta/mika-ihmeen-kiertotalous/>
- ERKINHEIMO, Anna 2013. Suomalainen Pure Waste Textiles mullistaa kankaiden kierrättämisen. Artikkel. [Viitattu 2018-04-17.] Saatavissa: <http://mahdoton.fi/2013/12/suomalainen-pure-waste-textiles-mullistaa-kankaiden-kierrattamisen/>
- HIRVI, Annika, NYHOLM, Sanna 2009. Visualistin työkalupakki. Zolan Oy.
- KESKI-PETÄJÄ, Miia 2006. Billnäsin Rakennusapteekki sai arkkitehtien tunnustuksen. Artikkel. Turun Sanomat. [Viitattu 2018-04-18]. Saatavissa: <http://www.ts.fi/teemat/1074094298/Billnasin+Rakennusapteekki+sai+arkkitehtien+tunnustuksen>
- KOIVISTO, Vivi 2017. Kättä pidempää – kierrätyshuonekalujen kategorisointi ja arvottaminen kierrätyskeskuksen liiketoiminnan tehostamisessa. LAMK Lahden ammattikorkeakoulu. Muotoilun koulutusohjelma. Opinnäytetyö. [Viitattu 2018-04-25]. Saatavissa: <http://urn.fi/URN:NBN:fi:amk-2017121821746>
- MCDONOUGH, W. & BRAUNGART, M. 2013. Upcycle. North Point Press.
- LAHTI, Katja ja SUKUVAARA, Minna 2016. Kodin sisustussuunnittelun käsikirja. Jyväskylä: Docendo Oy
- LAPPEENRANNAN TEKNILLINEN YLIOPISTO LUT 2018. Toisen jäte on toisen raaka-aine - kiertotalous on tullut jäädäkseen. [Viitattu 2018-04-06]. Saatavissa: <https://www.lut.fi/opiskelu/opiskelulappeenrannassa/ilmiot/toisen-jate-on-toisen-raaka-aine-kiertotalous-on-tullut-jaadakseen>
- MARKKANEN, Susanne 2008. Myymäläympäristö elämysten tuottajana – Myymäläsuunnittelun työkalupakki. Helsinki: Talentum.
- MARTELA 2018. Kalusteiden kierrätys. Www-sivut. [Viitattu 2018-04-16]. Saatavissa: <https://www.martela.fi/kalusteiden-kierratys>
- NIEMINEN, Tuula 2009. Visuaalinen markkinointi. Helsinki: WSOYpro Oy.
- NYGÅRD, Henry 2016. Kuopasta kiertotalouteen. Jätelaitosyhdistys ry.
- PUUKKO, Raija 2011. Ekodeko: sisusta kierrättäen. Jyväskylä: Atena Kustannus Oy.
- RAKENNUSAPTEEKKI 2018. Kauppamme. Www-sivut. [Viitattu 2018-04-26]. Saatavissa: <http://www.byggnadsapoteket.fi/fi-FI>
- RANDELL, Satu 2013. Kirpputoriliiketoiminnan kehittämismahdollisuudet asiakaspalvelua parantamalla. Turun ammattikorkeakoulu. Yrittäjyyden ja liiketoimintaosaamisen koulutusohjelma. Opinnäy-

tetyö. [Viitattu 2018-04-26]. Saatavissa:

https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/54951/Randell_Satu.pdf?sequence=1&isAllowed=y

HYYPÄ, M. 2003. Kirpputorikauppa monipuolista ja monenlaista. Satakunnan kaup-
pakamari: 4/2003.

KESKINEN, V. 1994. Lama sulkee – lama avaa. Helsingin kaupungin tietokeskuksen
tutkimuksia. Helsingin kaupunki: Tietokeskus.

LAMMI, M. 2010. Netistä kauppapaikka harrastajan käsitöille. Taloustaito: 8/2010.

SILVERI, P. 2010. Kodin aarteet kiertoon. Taloustaito: 4/2010.

TIRI, A. 2013. Netin kirpputorimyynti herättää harvoin verokarhun: Myyjä saa tehdä
voittoa verovapaasti 5000 euroa vuodessa. Salon Seudun Sanomat: 11.3.2013.

RINGBOM, Anette 2011. Rakennusapteekin käsikirja. Rakennusapteekki Oy - Byggnadsapoteket Ab.

SEPPÄLÄ, Jyri, SAHIMAA, Olli, HONKATUKIA, Juha, VALVE, Helena, ANTIKAINEN, Riina, KAUTTO,
Petrus, MYLLYMAA, Tuuli, MÄENPÄÄ, Ilmo, SALMENPERÄ, Hanna, ALHOLA, Katriina, KAUPPILA, Jus-
si, SALMINEN, Jani 2016. Kiertotalous Suomessa - toimintaympäristö, ohjaukset ja mallinnetut
vaikutukset vuoteen 2030. Valtioneuvoston selvitys- ja tutkimustoiminta. Julkaisu. [Viitattu 2018-04-
20]. Saatavissa:

[https://julkaisut.valtioneuvosto.fi/bitstream/handle/10024/79586/Kiertotalous%20Suomessa.pdf?seq-
uence=1&isAllowed=y](https://julkaisut.valtioneuvosto.fi/bitstream/handle/10024/79586/Kiertotalous%20Suomessa.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

SISUSTA, MAALAA, TAPETOI 2007. (Suom. Ritva Lassila.) Helsinki: Kustannusosakeyhtiö Otava.

SIT 42-610071. Lattianpäällysteet - muovi linoleum, kumi, korkki. RT-kortisto. [Viitattu 2018-04-26].
Saatavissa: <http://rt.rakennustieto.fi.ezproxy.savonia.fi/resource/juha/content/19133#page=1>

SIT 55-610073. Tiskikalusteet. RT-kortisto. [Viitattu 2018-04-26]. Saatavissa:
<http://rt.rakennustieto.fi.ezproxy.savonia.fi/resource/juha/content/19506#page=1>

SIT 42-610003. Lattian tekstiilipäällysteet, matot. RT-kortisto. [Viitattu 2018-04-26]. Saatavissa:
<http://rt.rakennustieto.fi.ezproxy.savonia.fi/resource/juha/content/19132#page=1>

SUOMEN ITSENÄISYYDEN JUHLARAHASTO SITRA 2017-05-19a. Eläköityneistä lakanoista räsyma-
toiksi ja farkuista pyyhkeiksi. [Viitattu 2018-04-19]. Saatavissa:
<https://www.sitra.fi/caset/elakoityneista-lakanoista-rasymatoiksi/>

SUOMEN ITSENÄISYYDEN JUHLARAHASTO SITRA 2017-05-19b. End of Waste – Rakennusjätteelle
uusi elämä tuotteina ja raaka-aineina. Www-julkaisu. [Viitattu 2018-04-05]. Saatavissa:
<https://www.sitra.fi/caset/end-waste-rakennusjatteelle-uusi-elama-tuotteina-ja-raaka-aineina/>

SUOMEN ITSENÄISYYDEN JUHLARAHASTO SITRA 2017-05-20a. Isojen volyymien verkkokirpputori.
Www-julkaisu. [Viitattu 2018-04-03]. Saatavissa: [https://www.sitra.fi/caset/isojen-volyymien-
verkkokirpputori/](https://www.sitra.fi/caset/isojen-volyymien-verkkokirpputori/)

SUOMEN ITSENÄISYYDEN JUHLARAHASTO SITRA 2017-05-20b. Toimistokalusteet tehokkaasti uu-
delleenkäyttöön. [Viitattu 2018-04-19]. Saatavissa: [https://www.sitra.fi/caset/toimistokalusteet-
tehokkaasti-uudelleenkayttöön/](https://www.sitra.fi/caset/toimistokalusteet-tehokkaasti-uudelleenkayttöön/)

SUOMEN ITSENÄISYYDEN JUHLARAHASTO SITRA 2017-12-28a. Käytettyjen tavaroiden tori verkos-
sa. Www-julkaisu. [Viitattu 2018-04-20]. Saatavissa: [https://www.sitra.fi/caset/kaytettujen-
tavaroiden-tori-verkossa/](https://www.sitra.fi/caset/kaytettujen-tavaroiden-tori-verkossa/)

SUOMEN ITSENÄISYYDEN JUHLARAHASTO SITRA 2017-12-28b. Verhoilijat ovat kiertotalouden yti-
messä. [Viitattu 2018-04-19]. Saatavissa: [https://www.sitra.fi/caset/verhoilijat-ovat-kiertotalouden-
ytimessa/](https://www.sitra.fi/caset/verhoilijat-ovat-kiertotalouden-ytimessa/)

SUOMEN ITSENÄISYYDEN JUHLARAHASTO SITRA 2018. Mistä on kyse? Www-julkaisu. [Viitattu
2018-04-05]. Saatavissa: <https://www.sitra.fi/aiheet/kiertotalous/#mista-on-kyse>.

- SUOMEN YMPÄRISTÖKESKUS SYKE 2017. Lineaaritaloudesta kiertotalouteen. Ympäristön tila katsaus 2/2017. [Viitattu 2018-04-20]. Saatavissa: https://helda.helsinki.fi/bitstream/handle/10138/187405/YT_2_2017_kiertotalous_FI.pdf?sequence=1
- TOLSA, Milla 2010. Visuaalinen markkinointi vaateliikkeessä. SAMK Satakunnan ammattikorkeakoulu. Liiketalouden koulutusohjelma. Opinnäytetyö. [Viitattu 2018-04-19]. Saatavissa: <http://urn.fi/URN:NBN:fi:amk-201101171460>
- BELL, J. & TERNUS, K. 2006. Silent Selling. New York: Fairchild.
- KAUTTO, M. & LINDBLOM, A. 2005. Ketju – kaupan ketjuliiketoiminta. Otava.
- MÄKELÄ, I. 2006. Myymäläkonsepti vaatetusallalla – Case Duetto Oy. Jyväskylän ammattikorkeakoulu. Opinnäytetyö. Saatavissa: <https://publications.theseus.fi/bitstream/handle/10024/19233/TMP.objres.69.pdf?sequence=2>
- TORI.FI 2018a. Yhdistetään voimat ympäristön puolesta. Www-sivut. [Viitattu 2018-04-03]. Saatavissa: <http://media.tori.fi/tori/secondhandeffect/>
- TORI.FI 2018b. Yli 2,1 miljoonaa suomalaista käy Torissa kuukausittain. Www-sivut. [Viitattu 2018-04-03]. Saatavissa: <http://media.tori.fi/tori/>
- VÄHÄNKÄYTETTY.FI 2018. Miksi Vähänkäytetty? Www-sivut. [Viitattu 2018-04-15]. Saatavissa: <https://vahankaytetty.fi/miksi-vahankaytetty>
- WIKSTRÖM, Sanna 2011-09-13. Näin valitset huonekaluja tuunattavaksi. Verkkojulkaisu. [Viitattu 2018-04-24]. Saatavissa: <https://hidastaelamaa.fi/2011/09/nain-valitset-huonekaluja-tuunattavaksi/>
- WILHIDE, Elizabeth 2002. Valot ja sisustus. (Suom. Pirjo Latvala). WSOY.
- WILKEN, Eva-Marie, WILKEN, Kim 2009. Upeaa rojua – vanhojen huonekalujen uusi elämä. Helsinki: WSOY.
- WILSON, Judith 2009. Vintagekodit. Helsinki: WSOY.

KUALÄHTEET

- Kuva 1. Korhonen, Lotta 2018. Grid layout. Sijainti: Tekijän sähköiset arkistot.
 Kuva 2. Korhonen, Lotta 2018. Free flow-layout. Sijainti: Tekijän sähköiset arkistot.
 Kuva 3. Korhonen, Lotta 2018. Racetrack-layout. Sijainti: Tekijän sähköiset arkistot.
 Kuva 4. Korhonen, Lotta 2017. Pohjapiirros mitoilla. Sijainti: Tekijän sähköiset arkistot.

KUVAKOLLAASI 1:

- Pinterest 2017. Saatavilla: <https://fi.pinterest.com/pin/407927678743268933/>
 Pinterest 2017. Saatavilla:
https://fi.pinterest.com/pin/AQqDG4a1ZhgzsqHpInf3PjCsSKy_ujfXG_4vuJ_9nNIdgg5rJPZsC6w/
 Pinterest 2017. Saatavilla: <https://fi.pinterest.com/pin/407927678743268938/>
 Pinterest 2017. Saatavilla: <https://fi.pinterest.com/pin/407927678743268954/>
 Pinterest 2017. Saatavilla: <https://fi.pinterest.com/pin/407927678743268930/>
 Pinterest 2017. Saatavilla:
https://fi.pinterest.com/pin/AWfjONw8I9E9NNYrXO_XOOpFxxGfVvyq4vyz6Kaqqw98kO6aUw94Z-I/
 Pinterest 2017. Saatavilla: <https://fi.pinterest.com/pin/407927678743268949/>
 Pinterest 2017. Saatavilla: <https://fi.pinterest.com/pin/407927678743268956/>
 Pinterest 2017. Saatavilla: <https://fi.pinterest.com/pin/407927678740921292/>

- Kuva 5. Korhonen, Lotta 2018. Tyhjä tila eteisestä päin. Sijainti: Tekijän sähköiset arkistot.
 Kuva 6. Korhonen, Lotta 2018. Tila tyhjänä ovelta päin. Sijainti: Tekijän sähköiset arkistot.
 Kuva 7. Korhonen, Lotta 2017. Tapettivaihtoehto A. Sijainti: Tekijän sähköiset arkistot.
 Kuva 8. Korhonen, Lotta 2017. Tapettivaihtoehto B. Sijainti: Tekijän sähköiset arkistot.
 Kuva 9. Korhonen, Lotta 2017. Tapettivaihtoehto C. Sijainti: Tekijän sähköiset arkistot.
 Kuva 10. Korhonen, Lotta 2017. Ilmastointilaitteen putki ja sähkölista ennen maalausta. Sijainti: Tekijän sähköiset arkistot.
 Kuva 11. Korhonen, Lotta 2017. Tilanne ennen tapetointia. Sijainti: Tekijän sähköiset arkistot.
 Kuva 12. Korhonen, Lotta 2017. Tila tapetoituna ja maalattuna. Sijainti: Tekijän sähköiset arkistot.
 Kuva 13. Korhonen, Lotta 2017. Mallinukkejen jalat maalattuna. Sijainti: Tekijän sähköiset arkistot.
 Kuva 14. Korhonen, Lotta 2017. Mallinukkejen nupit maalattuna. Sijainti: Tekijän sähköiset arkistot.
 Kuva 15. Korhonen, Lotta 2018. Massiivipuinen vaatekaappi kirpputorilta. Sijainti: Tekijän sähköiset arkistot.
 Kuva 16. Korhonen, Lotta 2018. Samettisohva "buduaariin". Sijainti: Tekijän sähköiset arkistot.
 Kuva 17. Korhonen, Lotta 2018. Samettituoli. Sijainti: Tekijän sähköiset arkistot.
 Kuva 18. Korhonen, Lotta 2018. Kalustesuunnitelma vuokrapukutilaan, ei mittakaavassa. Sijainti: Tekijän sähköiset arkistot.
 Kuva 19. Korhonen, Lotta 2018. Kirpputoreilta löydettyä. Sijainti: Tekijän sähköiset arkistot.
 Kuva 20. Korhonen, Lotta 2018. Keltaiset verhot. Sijainti: Tekijän sähköiset arkistot.
 Kuva 21. Korhonen, Lotta 2018. Kehyksiä "buduaariin". Sijainti: Tekijän sähköiset arkistot.
 Kuva 22. Korhonen, Lotta 2018. Kehyksiä myymälätilaan. Sijainti: Tekijän sähköiset arkistot.

Kuva 23. Korhonen, Lotta 2018. Kultamaalilla maalattu kokovartalopeili. Sijainti: Tekijän sähköiset arkistot.

Kuva 24. Korhonen, Lotta 2018. Ennen. Sijainti: Tekijän sähköiset arkistot.

Kuva 25. Korhonen, Lotta 2018. Jälkeen. Sijainti: Tekijän sähköiset arkistot.

Kuva 26. Korhonen, Lotta 2018. Seinävalaisimet. Sijainti: Tekijän sähköiset arkistot.

Kuva 27. Korhonen, Lotta 2018. Kattokruunu himmentimellä. Sijainti: Tekijän sähköiset arkistot.

Kuva 28. Korhonen, Lotta 2018. Myymälätilan kattokruunu. Sijainti: Tekijän sähköiset arkistot.

Kuva 29. Korhonen, Lotta 2018. Sametti Salonki. Sijainti: Tekijän sähköiset arkistot.

Kuva 30. Korhonen, Lotta 2018. Kollaasi kehyksistä. Sijainti: Tekijän sähköiset arkistot.

Kuva 31. Korhonen, Lotta 2017. Alkutilanne. Sijainti: Tekijän sähköiset arkistot.

Kuva 32. Korhonen, Lotta 2017. Seinät tapetoitu. Sijainti: Tekijän sähköiset arkistot.

Kuva 33. Korhonen, Lotta 2018. Välitilanne. Sijainti: Tekijän sähköiset arkistot.

Kuva 34. Korhonen, Lotta 2018. Lopputulos. Sijainti: Tekijän sähköiset arkistot.

KUVAKOLLAASI 2. Korhonen, Lotta 2018. Sametti Salonki. Sijainti: Tekijän sähköiset arkistot.

Kuva 35. Korhonen, Lotta 2018. Ovimatto. Sijainti: Tekijän sähköiset arkistot.

Kuva 36. Korhonen, Lotta 2018. Chic Chicin Accessoriesin logo. Sijainti: Tekijän sähköiset arkistot.

KUVAKOLLAASI 3:

Pinterest 2017. Saatavilla: <https://fi.pinterest.com/pin/407927678743269024/>

Pinterest 2017. Saatavilla: <https://fi.pinterest.com/pin/407927678743268946/>

Pinterest 2017. Saatavilla: <https://fi.pinterest.com/pin/407927678743268929/>

Pinterest 2017. Saatavilla: <https://fi.pinterest.com/pin/407927678743268941/>

Pinterest 2017. Saatavilla: <https://fi.pinterest.com/pin/407927678743268939/>

Pinterest 2017. Saatavilla: <https://fi.pinterest.com/pin/407927678743268935/>

Pinterest 2017. Saatavilla: <https://fi.pinterest.com/pin/407927678743268943/>

Pinterest 2017. Saatavilla:

<https://fi.pinterest.com/pin/AZ6ZdleplOr49U08chOoYF6vhRzCrbHcGFkHEIEylkLDfs0LcJYCPyE/>

Pinterest 2017. Saatavilla:

https://fi.pinterest.com/pin/AfvH7HHRc1EFHebz_76uDR33mMs95LNHV3cwl12m6imN5xJuxs2enaw/

Kuva 37. Korhonen, Lotta 2017. Myymäläkalusteiden sijainti alueittain, ei mittakaavassa. Sijainti: Tekijän sähköiset arkistot.

Kuva 38. Korhonen, Lotta 2018. Kalusteet näyteikkunoiden eteen. Sijainti: Tekijän sähköiset arkistot.

Kuva 39. Korhonen, Lotta 2017. Myymäläkalusteet, joita oli eniten. Sijainti: Tekijän sähköiset arkistot.

Kuva 40. Korhonen, Lotta 2018. Jäljelle jätetyt seinäkiskot ja hyllyt. Sijainti: Tekijän sähköiset arkistot.

Kuva 41. Korhonen, Lotta 2018. Metallisepän tekemä myymäläkaluste. Sijainti: Tekijän sähköiset arkistot.

Kuva 42. Korhonen, Lotta 2018. Siirreltävä karuselliteline. Sijainti: Tekijän sähköiset arkistot.

- Kuva 43. Korhonen, Lotta 2018. Sukkateline. Sijainti: Tekijän sähköiset arkistot.
- Kuva 44. Korhonen, Lotta 2018. Seinäteline. Sijainti: Tekijän sähköiset arkistot.
- Kuva 45. Korhonen, Lotta 2018. Lähikuva kiskosta. Sijainti: Tekijän sähköiset arkistot.
- Kuva 46. Korhonen, Lotta 2018. Kiskot maalattu kultaisiksi. Sijainti: Tekijän sähköiset arkistot.
- Kuva 47. Korhonen, Lotta 2018. Vanhat vaaterakit saivat lisäaikaa maalipinnalla. Sijainti: Tekijän sähköiset arkistot.
- Kuva 48. Korhonen, Lotta 2018. Vanha massiivipuinen kaappi toimii myymäläkalusteena. Sijainti: Tekijän sähköiset arkistot.
- Kuva 49. Korhonen, Lotta 2018. Pöytäryhmä alusvaateosastolle. Sijainti: Tekijän sähköiset arkistot.
- Kuva 50. Korhonen, Lotta 2018. Kaunis seniorituoli kirpputorilta. Sijainti: Tekijän sähköiset arkistot.
- Kuva 51. Korhonen, Lotta 2017. Alkuperäinen lattipinta myymälässä. Sijainti: Tekijän sähköiset arkistot.
- Kuva 52. Korhonen, Lotta 2018. Lattiavaihtoehtoja. Sijainti: Tekijän sähköiset arkistot.
- Kuva 53. Korhonen, Lotta 2018. Valittu kivijäljitelmä vinyylilattia. Sijainti: Tekijän sähköiset arkistot.
- Kuva 54. Korhonen, Lotta 2018. Myymälätilan villamatto. Sijainti: Tekijän sähköiset arkistot.
- Kuva 55. Korhonen, Lotta 2018. Lattiamateriaali saapunut liikkeeseen. Sijainti: Tekijän sähköiset arkistot.
- Kuva 56. Korhonen, Lotta 2018. Lattia asennettuna ja seinät maalattuna. Sijainti: Tekijän sähköiset arkistot.
- Kuva 57. Korhonen, Lotta 2017. WC ennen. Sijainti: Tekijän sähköiset arkistot.
- Kuva 58. Korhonen, Lotta 2018. WC maalattuna. Sijainti: Tekijän sähköiset arkistot.
- Kuva 59. Korhonen, Lotta 2018. WC jälkeen. Sijainti: Tekijän sähköiset arkistot.
- Kuva 60. Korhonen, Lotta 2018. Muuttovaihe. Sijainti: Tekijän sähköiset arkistot.
- Kuva 61. Korhonen, Lotta 2018. Seinätelineet ja tuotteet paikoillaan. Sijainti: Tekijän sähköiset arkistot.
- Kuva 62. Korhonen, Lotta 2018. Kullanhohtoinen tapetti kalusteiden taustalle. Sijainti: Tekijän sähköiset arkistot.
- Kuva 63. Korhonen, Lotta 2018. Näkymä sisääntulosta. Sijainti: Tekijän sähköiset arkistot.
- Kuva 64. Korhonen, Lotta 2018. Matto ulko-ovella. Sijainti: Tekijän sähköiset arkistot.
- Kuva 65. Korhonen, Lotta 2018. Näkymä oikealle. Sijainti: Tekijän sähköiset arkistot.
- Kuva 66. Korhonen, Lotta 2018. Näkymä vasemmalle. Sijainti: Tekijän sähköiset arkistot.
- Kuva 67. Korhonen, Lotta 2018. Koru- ja sukkahousuosasto. Sijainti: Tekijän sähköiset arkistot.
- Kuva 68. Korhonen, Lotta 2018. Yö- ja oloasut. Sijainti: Tekijän sähköiset arkistot.
- Kuva 69. Korhonen, Lotta 2018. Korvien rei'ityspiste. Sijainti: Tekijän sähköiset arkistot.
- Kuva 70. Korhonen, Lotta 2018. Yleiskuva. Sijainti: Tekijän sähköiset arkistot.
- Kuva 71. Korhonen, Lotta 2018. Alusvaateosaston pöytäryhmä. Sijainti: Tekijän sähköiset arkistot.
- Kuva 72. Korhonen, Lotta 2018. Kevyt yleisilme. Sijainti: Tekijän sähköiset arkistot.
- Kuva 73. Korhonen, Lotta 2018. Lasihyllyt. Sijainti: Tekijän sähköiset arkistot.
- Kuva 74. Korhonen, Lotta 2018. Kultaiset kehykset. Sijainti: Tekijän sähköiset arkistot.
- Kuva 75. Korhonen, Lotta 2018. Kultainen peili koruosastolla. Sijainti: Tekijän sähköiset arkistot.
- Kuva 76. Korhonen, Lotta 2018. Kultainen peili sovituskopissa. Sijainti: Tekijän sähköiset arkistot.
- Kuva 77. Korhonen, Lotta 2018. Sovituskoppi. Sijainti: Tekijän sähköiset arkistot.

KUVAKOLLAASI 4. Korhonen, Lotta 2018. Myymäläsuunnitelman lopputulos. Sijainti: Tekijän sähköiset arkistot.

Kuva 78. Korhonen, Lotta 2018. 3D-mallinnus ulkoa päin. Sijainti: Tekijän sähköiset arkistot.

Kuva 79. Korhonen, Lotta 2018. Ennen. Sijainti: Tekijän sähköiset arkistot.

Kuva 80. Korhonen, Lotta 2018. Maalattuna. Sijainti: Tekijän sähköiset arkistot.

Kuva 81. Korhonen, Lotta 2018. Jälkeen. Sijainti: Tekijän sähköiset arkistot.

KUVAKOLLAASI 5. Korhonen, Lotta 2018. Talven näyteikkunat. Sijainti: Tekijän sähköiset arkistot.

Kuva 82. Korhonen, Lotta 2018. Näyteikkunasuunnitelma – koko näkymä. Sijainti: Tekijän sähköiset arkistot.

Kuva 83. Korhonen, Lotta 2018. Iso näyteikkuna. Sijainti: Tekijän sähköiset arkistot.

Kuva 84. Korhonen, Lotta 2018. Näyteikkuna – äidille. Sijainti: Tekijän sähköiset arkistot.

Kuva 85. Korhonen, Lotta 2018. Näyteikkuna – juhlamekot. Sijainti: Tekijän sähköiset arkistot.