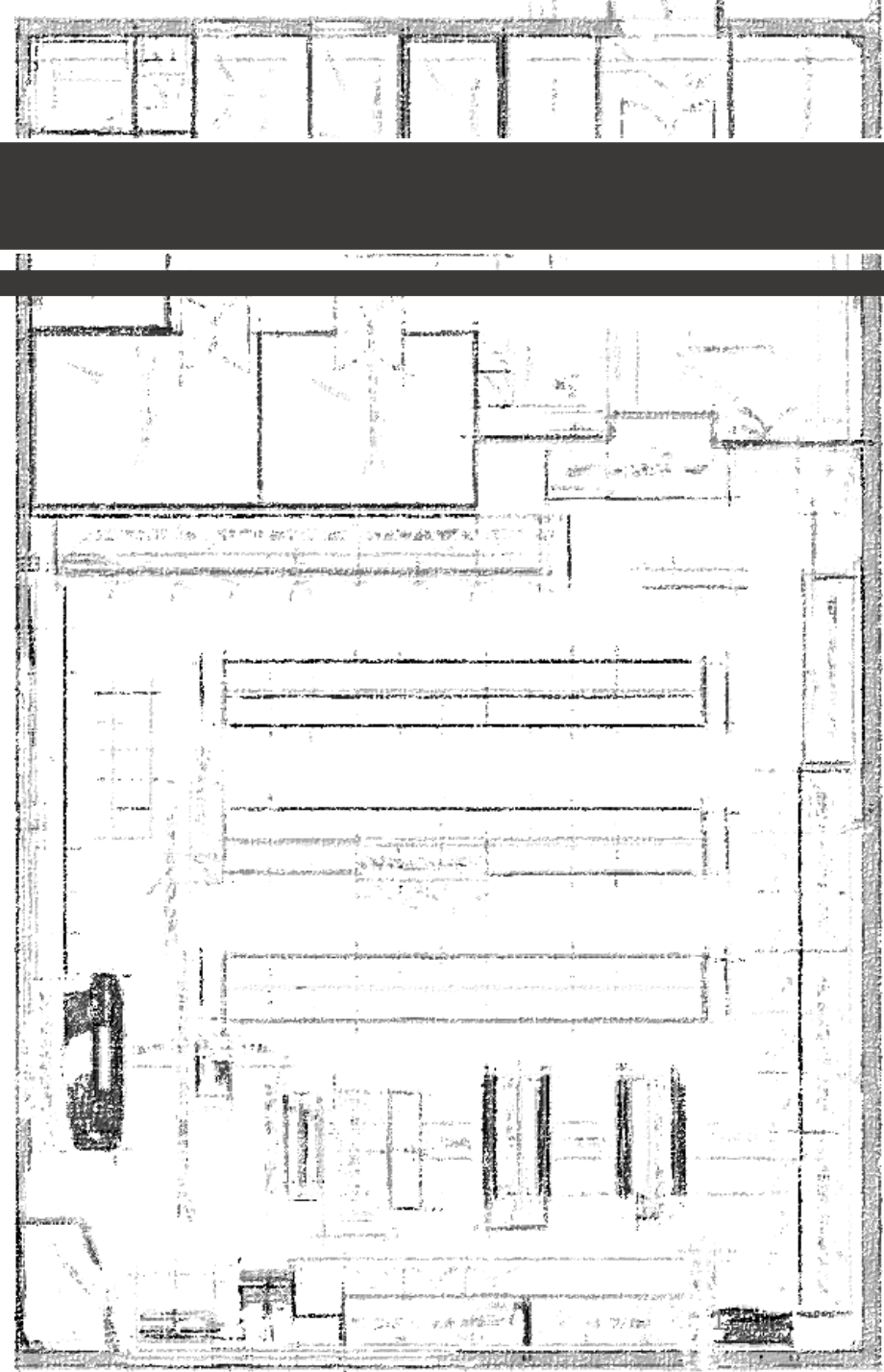


# Myymäläsuunnittelu, K-Market Inkiväärin myymälätilat

Tekijä: Emmi Virkkunen



# Sisältö.

<b>1. Johdanto</b>	<b>5</b>
1.1 Keskeiset käsitteet	6
1.2 Toimeksiantaja	7
1.3 Lähtökohdat ja tavoitteet	8
<b>2. Myymäläsuunnittelu</b>	<b>9</b>
2.1 Myymälän layout	10
2.2 Myymäläkalusteet elintarvikeliikkeessä	11
2.3 Värit ja valaistus elintarvikeliikkeessä	13
<b>3. Suunnitteluprosessi</b>	<b>15</b>
3.1 Tapaamiset ja haastattelut	16
3.2 Tehosteseinä luonnokset	18
3.3 Maitokaappi luonnokset	21
3.4 Ikkunan peittäminen ja keskilattian suunnittelu	23
<b>4. Toteutus</b>	<b>27</b>
4.1 Maitokaappi	27
4.2 Tehosteseinä	30
4.3 Ikkunan peittäminen	34
4.4 Juures pääty	37
4.5 Keskilattia	40
<b>5. Pohdinta ja arviointi</b>	<b>46</b>
5.1 Työskentelytavat	46
5.2 Asiakkaan kanssa toimiminen	47
<b>LÄHTEET</b>	<b>48</b>
<b>KUVAT</b>	<b>49</b>
LIITE 1: Pohjapiirros suunnitelma 1	50
LIITE 2: Pohjapiirros suunnitelma 2	51
LIITE 3: Väritetty seinäprojektio 1	52
LIITE 4: Väritetty seinäprojektio 2	53

## Tiivistelmä.

**Koulutusala:**

Kulttuuriala

**Koulutusohjelma/ Tutkinto-ohjelma:**

Muotoilun koulutusohjelma

**Työn tekijä:**

Emmi Virkkunen

**Työn nimi:**

Myymäläsuunnittelu, K-Market Inkiväärin myymälätilat

**Päiväys:**

24.4.2019

**Sivumäärä/liitteet:**

53/4

**Ohjaaja:**

Jarmo Ruokola

**Toimeksiantaja:**

K-Market Inkivääri/ Marko Posio Ky

Opinnäytetyö sisältää myymäläsuunnitelman K-Market Inkivääriin, suunnittelu- ja toteutusprosessin kuvauksen sekä myymäläsuunnittelun perusteita.

Opinnäytetyön asiakkaana on K-Market Inkivääri. K-Market Inkivääri on Kuopion vanhin K-Markettina toiminut elintarvikemyymälä, jonka asiakaskunta koostuu lähialueen asukaista.

Myymäläsuunnitelma sisältää keskilattian ja sisäänkäynnin suunnitelman, tehosteseinäsuunnitelman maaleineen sekä maitokaapin seinämaalauksen suunnitelmat. Toteutusosiossa kerron toteutuksen erinäiset työvaiheet.

Myymäläsuunnitteluosiossa käyn läpi elintarvikeliikkeiden näkökulmasta myymäläsuunnittelua.

## Abstract

**Field of study:**

Culture

**Degree Programme:**

Degree Programme in Design

**Autor:**

Emmi Virkkunen

**Title of Thesis:**

Shop Design- The Store Spaces of K-Market Inkivääri

**Date:**

24.4.2019

**Pages/Appendices:**

53/4

**Supervisor:**

Jarmo Ruokola

**Client Organisation**

K-Market Inkivääri/ Marko Posio Ky

The thesis includes a shop design plan for K-Market Inkivääri, description of the design and implementation process, and the basics of the store design.

The client of the thesis is K-Market Inkivääri. K-Market Inkivääri is the oldest K-Market food store in Kuopio, its clients are made up of residents in the area.

The store design plan includes a central floor and entrance plan, feature wall design plan and wall painting design plan. In the implementation section I will tell you the different stages of implementation. In the shop planning section, I go through the grocery stores shop design.

# 1. Johdanto

Opinnäytetyön aiheena minulla on myymäläsuunnittelu ja asiakastyönä tehdyn myymäläsuunnitelman suunnitteluprosessin ja toteutuksen kuvaaminen. Sain myymäläsuunnittelutyön K-Market Inkiväärin kauppiaalta Marko Posiolta, jonka kanssa olemme tunteneet jo useamman vuoden.

Myymäläsuunnittelun toteutus tuli puheeksi, kun Marko Posio kertoi suunnitelleensa remonttia liikkeeseensä. Näin tässä tilaisuuden päästä harjoittelemaan koulussa oppimiani taitoja. Myymäläsuunnittelu kuuluu mielestäni olennaisesti Sisustusarkkitehtuurin koulutusohjelmaan, sekä koen sen henkilökohtaisesti mielenkiintoisena osa-alueena. Myymäläsuunnittelu nähdään nykyisin osana yrityksen visuaalista markkinointia ja tätä mielessä pitäen lähdin toteuttamaan myymäläsuunnittelua.

# 1. Johdanto

## 1.1 keskeiset käsitteet.

Hevi:	Hedelmä- vihannesosasto.
Kampanja:	Ajallisesti rajattu hintatarjous, yksittäisiin tai useampiin tuotteisiin.
Kampanjapäätty:	Hylly kokonaisuus, joka rakennetaan kampanjan ajaksi hyllyn pätyyn.
Massa/ kampanjamassa:	Keskilattialle tai hyllyjen väliin lattialle rakennettu kampanjatuotteista koostuva esillepano.
Sesonki:	Synonyymi sanalle kausi.
Sesonki hylly:	Hylly johon rakennetaan jonkin tuoteryhmän sesongin ajaksi esillepano.

# 1. Johdanto

## 1.2 Toimeksiantaja.

K-Market Inkivääri on Kuopion vanhin aina K-Markettina toiminut myymälä. Sen juuret ylettyvät 1980 luvulle asti, kun kauppiaspariskunta Blinnikkat rakennutti tilat ja perusti niihin K-Marketin. Blinnikoiden jälkeen kaupalla on ollut yhteensä kuusi kauppiasta. Marko Posio aloitti yrittäjänä ja kauppiana K-Market Inkiväärissä vuonna 2011. Sitä ennen Markolla kauppiasvuosia kertyi Mikkelissä kahdeksan. Kauppiaan ammatti on tullut verenperintönä ja perinteitä kunnioittaen Inkivääristä löytyykin esimerkiksi papan reseptillä itse savustettua lohta. Inkiväärissä työskentelee kuusi henkilöä. Osaava henkilökunta panostaa hyvään asiakaspalveluun. – Olen todella kiitollinen, että olen saanut kaupalle töihin niin upeita ihmisiä, joista jokainen antaa oman sataprosenttisen panoksensa sille, että asiakkaita palvellaan parhaalla mahdollisella tavalla, kiittelee Posio. (SAVONXPRESS, 2018.)

K-Market Inkivääri onkin lähialueen asukkaille tuttu ja turvallinen kauppa ja sen asiakaskunta koostuu pitkälti vakioasiakkaistaan. Tämän vuoksi kaupassa hallitsee varsin leppoisa tunnelma, sillä asiakkaat ja henkilökunta tuntevat hyvin toisensa ja asiakkaan sekä myyjän suhdetta voi usean kohdalla kutsua jo ystävydeksi. Tämä rentous välittyy helposti myös muihin uusiin tai ei niin tuttuihin asiakkaisiin. K-Market Inkiväärissä on paljon vanhanajan kyläkauppa tunnelmaa, asiakkaista aidosti välitetään ja annetaan heille aikaa, eikä rupattelutuokioillekaan lasketa minuutteja. Asiakkaiden valikoimatoiveitakin kuunnellaan paljon ja kauppias pyrkiikin aina hankkimaan asiakkaan toivoman tuotteen heille tänne lähikauppaan.

Vuoden 2019 alussa Inkilänmäellä aloitettiin mittavat saneeraustyöt useassa saman taloyhtiön kerrostalossa. Tämä tarkoitti sitä, että useampi kymmenienkin vuosien asiakas suhde päättyi, kun he muuttivat remontin tieltä muualle Kuopioon. Tähän kauppias pystyi varautumaan jo vuotta ennen ja tämä olikin yksi syy, minkä vuoksi remontin ajankohta oli nyt otollisin.



KUVA 1. K-Market Inkivääri

# 1. Johdanto

## 1.3 Lähtökohdat ja tavoitteet.

Konseptin uudistus kaikille aisteille. Tämä oli lause, joka tuli yrittäjän suusta ensimmäisenä tavoitteita kartottaessani. Hän halusi kauppaansa jotain uutta, jolla hän erottuu muista alueen marketeista ja samalla tuoda kaupan historiaa esiin, sekä säilyttää kaupassa olevan kyläkauppa fiiliksen. Tämän lisäksi hän tietenkin toivoi myynnin nousua, johon hän olikin asettanut omat tavoitteet vuosille 2019-2021. Lähialueen saneeraustyöt voisivat myös vaikuttaa kaupan tulevaisuuden myyntiin, sillä monen vuoden asiakassuhteita päättyi heidän muutettua remontin tieltä muualle Kuopioon. Tässä yrittäjä näki kuitenkin myös kääntöpuolen. Näihin saneerauskohteisiin tulisi muuttamaan mittavasti uusia asukkaita, joista yrittäjä toivoo itselleen uusia asiakkaita. Luomalla jotain mikä herättää mielenkiintoa ja erottaa kaupan alueen muista marketeista jää kauppa asiakkaan mieleen. Tähän vaikuttaa toki kaupan yleisilme ja asiakaspalvelun laatu. Asiakaspalvelussa ei asiakaspalautteen mukaan ole paljoakaan valitettavaa, joten yrittäjän oli helppo keskittyä kaupan yleisilmeeseen. Kauppa oli entuudestaan siistissä kunnossa, sillä vuonna 2015 Inkiväärissä tehtiin mittava remontti ja koko kylmäainejärjestelmä uudistettiin ilmastoystävälliseksi. Samalla kaupan yleisilme muuttui huomattavasti nykyaikaisemmaksi ja viihtyisämmäksi. Tavoitteet olivat selkeät, halusimme tehdä jotain erilaista ja samalla selkeyttää kaupan yleisilmettä.

K-Market Inkivääri kuuluu K-Market ketjuun. Keskon kautta remonttiin ei kuitenkaan ollut juurikaan rajoituksia, sillä kauppias voi ostaa tavaraa mistä vain. Lähtökohtana halusimme kuitenkin säilyttää ketjun mukaista värimailmaa, joihin kuuluu musta ja harmaa. Keskilattian kalusteet löysimmekin Keskon kautta. Keskon strategian painopisteinä on laatu ja asiakaslähtöisyys.

K-ryhmällä on kymmeniä hyvin menestyviä ketju- ja tuotebrändejä. Kullekin brändille on määritelty omat strategiset tavoitteensa ja tavoitemielikuvansa. Brändejä rakennetaan ja johdetaan asiakastarpeiden mukaisesti K-ryhmän rakenne ja liiketoimintamallit huomioiden. K-brändi näkyy toimintansa ja ketjujensa kautta entistä vahvemmin asiakkaidensa arjessa, tavoitteena rakentaa kokonaisvaltaisesti hyvää arkea. K-kattobrändin alla toimivat ketjubrändit K-Rauta, K-Citymarket, K-Supermarket ja K-Market on vuoden 2017 aikana valjastettu palvelemaan entistä yksilöllisemmin asiakkaitamme eri elämäntilanteissa ja tuomaan inspiraatiota sekä ratkaisuja erilaistuviin tarpeisiin. K-brändi on entistä enemmän läsnä, kantaaottava ja osallistuva jäsen myös yhteisöissä ja yhteiskunnassa. K-brändin tavoitteena on olla merkityksellinen osa asiakkaidensa arkea - Jotta kaupassa olisi kiva käydä. (KESKO, 2019)

**Tavoitteet olivat tehdä jotain erinlaista ja samalla selkeyttää kaupan yleisilmettä.**



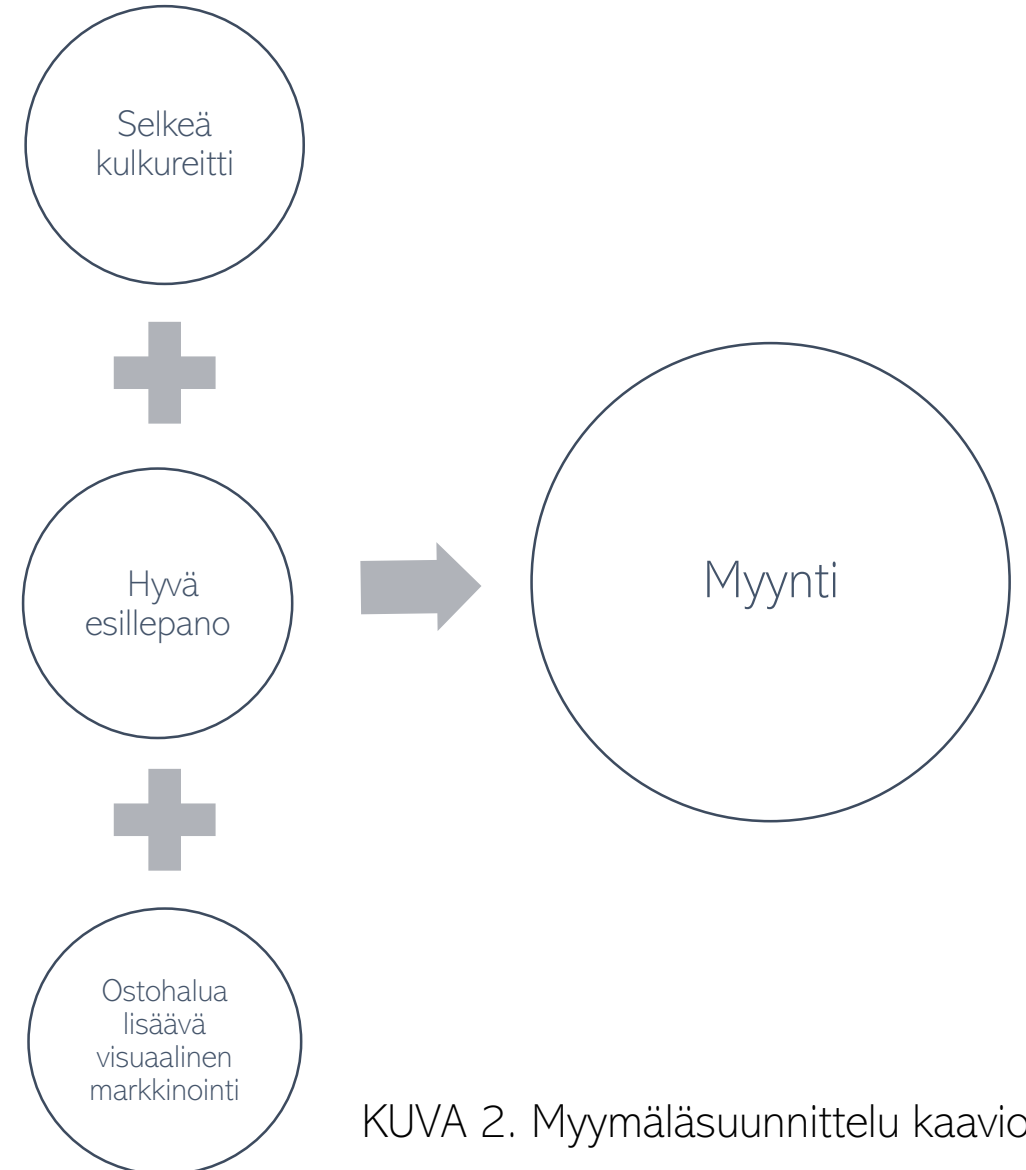
## 2. Myymäläsuunnittelu

Myymäläsuunnittelu on vähittäismyymälän suunnittelemista mahdollisimman hyvin tarkoitustaan palvelevaksi kulkureittiensä, kalustuksensa, tavaroiden esillepanon, opastekylttien ja asiakaspalvelun kannalta. Sen tavoitteena on tehdä myymälässä käynti asiakkaalle mahdollisimman miellyttäväksi ja ostohaluja herättäväksi.

Myymäläsuunnittelu nähdään nykyisin osana yrityksen visuaalista markkinointia, tuotteet halutaan esittää niin että se houkuttaa asiakasta ostamaan.

Visuaaliseen markkinointiin luetaan myymälätasolla rakennuksen ulkonäkö ja arkkitehtuuri, layout eli myymälän pohjaratkaisut kulkureitteineen sekä display-ratkaisut, kuten myymälän kalustus, muu sisustus ja somistus sekä opasteet.

JENNIINA, 2015 [viitattu 2015- 5-14].



KUVA 2. Myymäläsuunnittelu kaavio

## 2 .Myyväläsuunnittelu

### 2.1 Myymälän layout

Myyvälän layout on myymälän pohjaratkaisu. Myymälän layoutissa pitää ottaa huomioon muun muassa asiakaskierto, kohtaamisjärjestys ja näkyvyys myymälän päästä päähän.

Asiakaskierto aloitetaan yleensä niin, että kierto kulkee aina sisäänkäynnistä vasemmalle, tämä perustuu ihmisen taipumukseen kulkiessaan suuntautua vasemmalle.

Asiakaskierrolla kontrolloidaan asiakkaan liikkumista, siihen voidaan vaikuttaa myymäläkalusteiden ja tavaroiden sijoittelulla.

Lähtökohtaisesti kauppa haluaa asiakkaan viettävän kaupassa mahdollisimman pitkän ajan. Kyse on siitä, että asiakkaan halutaan kulkevan mahdollisimman monen osaston läpi ja tekevän heräteostoksia. (YLE UUTISET, 2015)

Elintarvikeliikkeissä tahdotaan sijoittaa hedelmät ja vihannekset heti kierron alkuun, tämä tuo väriä ja korostaa tuoreutta, kun taas kierron loppupäähän yleensä asetetaan eniten myyvät tuotteet, esimerkiksi maito tuotteet. Tällä houkutellaan asiakasta tekemään heräteostoksia ostosreissun yhteydessä, mikäli hän on tullut kauppaan hakemaan, vaikka vaan puuttuvan maitopurkin.

Elintarvikeliikkeissä asiakaskierron varrelle asetellaan paljon heräteostoksiin kannustavia esillepanoja, esimerkiksi kassojen alue on suosittu paikka näille. Asiakkaan jonottaessa koriin tarttuu helposti esimerkiksi pienet makeiset. Tämä on myymälälle hyvä paikka myydä esimerkiksi kamppanjan ylijäämiä makeisia. Myös oheistuotteita asetellaan pitkin kiertoa esimerkiksi kala kamppanjan alkaessa voidaan lähetyville tuoda esille tiliä ja erilaisia kalalle sopivia kastikkeita ja näin houkutella asiakasta ostamaan heräteostoksia.



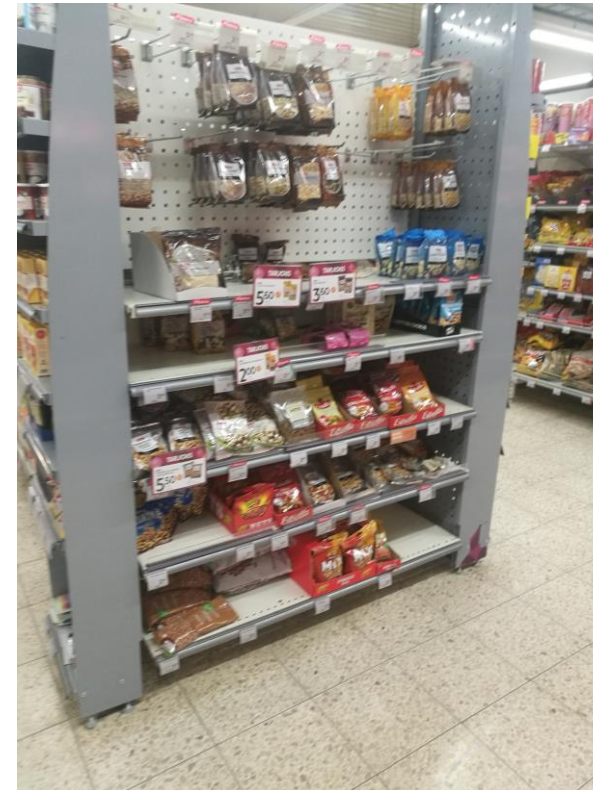
KUVA 3. Asiakaskierto

## 2. Myymäläsuunnittelu

### 2.2 Myymäläkalusteet elintarvikeliikkeessä

Hyvin suunniteltun asiakaskierron jälkeen on mietittävä tarkkaan myymäläkalusteiden sijoittelu. Ensimmäisenä on otettava huomioon palvelupisteen sijainti. Palvelupiste on oltava näkyvillä ja helposti asiakkaan löydettävissä. Elintarvikeliikkeissä palvelupiste eli kassat sijoitetaan yleensä kierron loppuun ja pienemmissä liikkeissä se yleensä sijoittuu myös lähelle sisäänkäyntiä. Asiakkaan palvelu voidaan näin aloittaa jo asiakkaan sisääntullessa, kun palvelupisteen sijainti mahdollistaa ottamaan kontaktin asiakkaaseen heti esimerkiksi tervehtimällä. Palvelupisteet pitää sijoittaa niin, että jonojen muodostuessa ne eivät haittaa käytävillä kulkevaa muuta liikennettä.

Kalusteiden tehtävä on tuoda tuote esille asianmukaisesti ja näyttävästi. Elintarvikeliikkeissä kylmäkonekalusteet pitävät myös tuotteen tuoreena ja takaa sen säilyvyyden. Kalusteet on suunniteltu niin, että hyllyvälejä on helppo muunnella



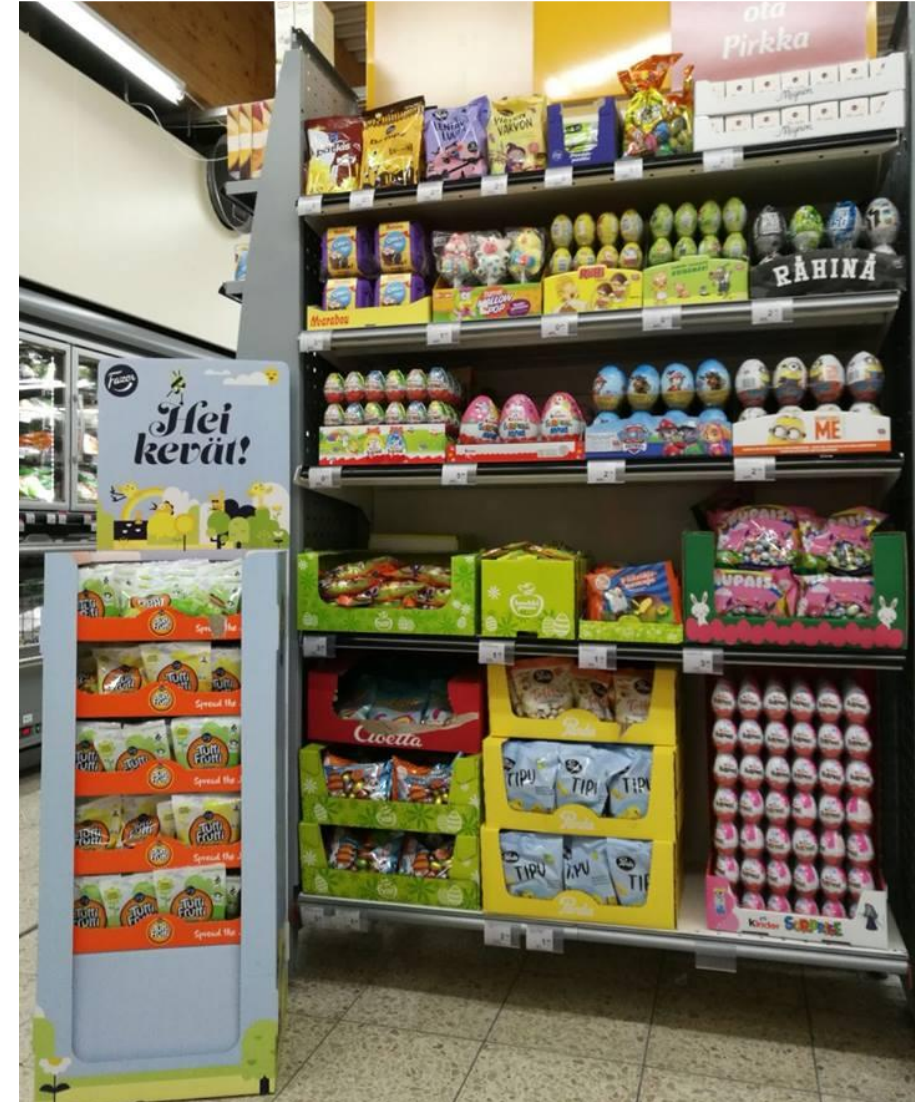
KUVA 4. Esimerkkikuva hyllyjen muunneltavuudesta.

## 2. Myymäläsuunnittelu

### 2.2 Myymäläkalusteet elintarvikeliikkeessä

Elintarvikeliikkeissä on hyvä suunnitella kalusteet ja niiden paikat niin, että ne mahdollistavat kampanjoiden aikana muunneltavuuden tuotteille sopiviksi.

Elintarvikeliikkeissä käytetään paljon niin sanottuja kampanja päätyjä, jotka rakennetaan aina kampanjan vaihtuessa tuotteille sopiviksi. Samoin kalusteiden väleihin jätetään tilaa ns. kampanjamassoille, jotka rakennetaan yleensä keskilattioille tai käytäville, joissa on tilaa tilapäisille massoille. Massoja käytetään eniten hedelmä- vihanne osastolla, kun tulee suuri erä kampanjaan kuuluvia hedelmiä tai vihanneksia. Myös kahvi, wc-paperi sekä juomat ovat yleisiä kampanja massa tuotteita.



KUVA 5. Esimerkkikuva kampanjapäädystä.

## 2. Myymäläsuunnittelu

### 2.3 Värit ja valaistus elintarvikeliikkeessä

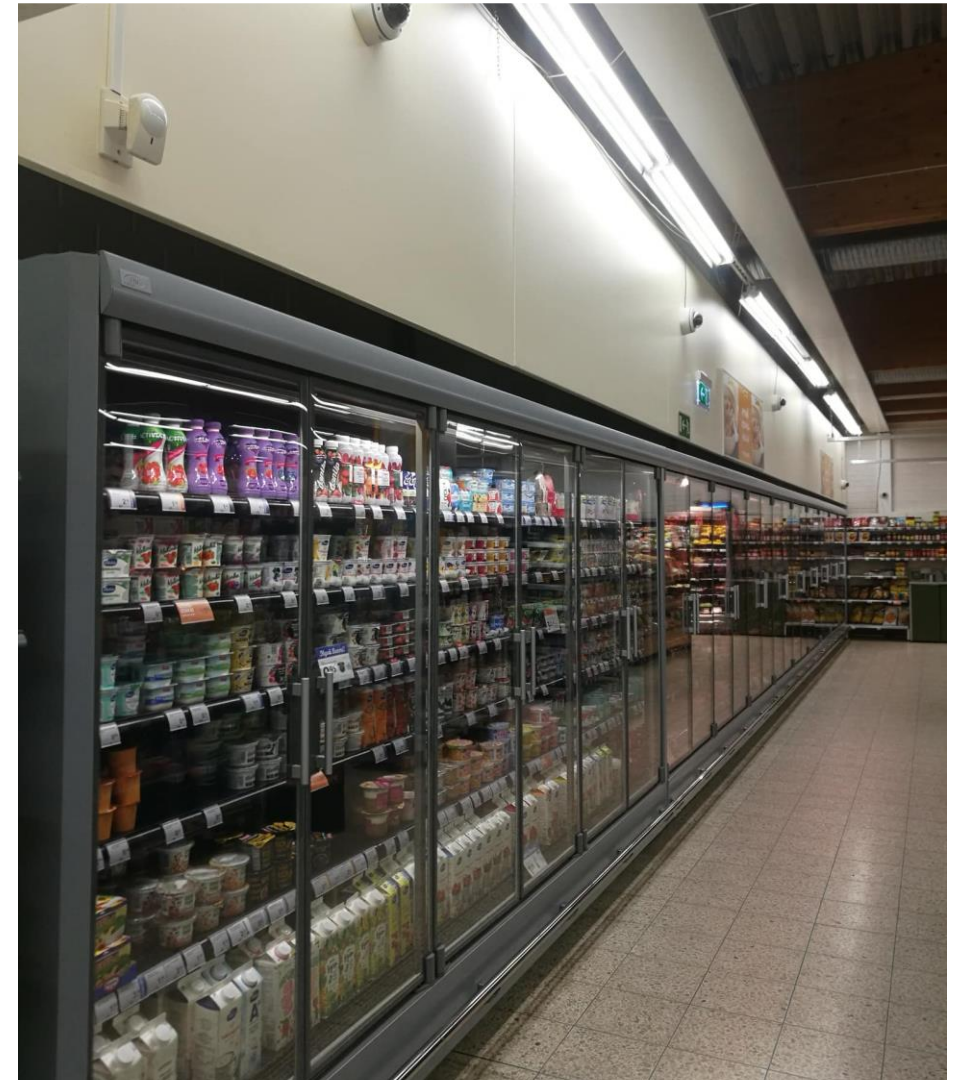
Myymälän värimailmalla ja valaistuksella on iso vaikutus myymälän yleistunnelmaan ja tilan hahmottamiseen.

Valaistuksen merkitys korostuu kaikessa kaupankäynnissä. Hyvin suunniteltu myymälävalaistus poistaa myynnin esteet ja ennen kaikkea houkuttaa ostamaan. Tuotteet käyvät paremmin kaupaksi, kun asiakas näkee ne oikeassa valossa. Kun tuotteet näyttävät hyvältä ja etikettien tekstit on helppo lukea, on myös ostaminen helppoa. Myymälän laadukas valaistus toistaa värit hyvin ja saa tuotteet näyttämään houkuttelevilta. GREENLED, 2019 [Viitattu 2019]

Myymälässä valoa tarvitaan enemmän hyllyillä kuin käytävillä, siksi valaistus on suunniteltu niin että valot kohdistetaan hyllyihin ja tuotteisiin päin.

Kylmäkone kalusteissa valaistus on asennettu kalusteisiin ja esimerkiksi lihatuotteiden valaistus on huomattavasti erisävyinen kuin esimerkiksi hedelmä ja vihannes kylmäkone kalusteissa.

Ruokakaupan valaistuksessa huomio tulee kiinnittää valaisimen värintoisto-ominaisuuteen sekä yleisvalon ja kohdevalon suhteeseen. Tuoretuotteiden valaistuksessa tuotteeseen tuleva valon väri on avainasemassa valaistuksen onnistumiselle. SKILUX, 2019 [Viitattu 2019]



KUVA 6. Esimerkkikuva kylmäkoneiden valaistuksesta.

## 2. Myymäläsuunnittelu

### 2.3 Värit ja valaistus elintarvikeliikkeessä

Elintarvikeliikkeissä väriä myymälään tulee paljon tuotteista ja näitä kannattaakin käyttää hyväksi esimerkiksi hedelmä vihannes osastolla, jossa tuotteiden värit tuo raikkautta ja tuoreutta.

Kun väriä tulee tuotteista myymälään paljon, on vältettävä kalusteissa ja seinien väreissä liian aggressiivisia värejä. Harmaa, musta ja valkoinen ovat hyviä värejä tuomaan tuotteet paremmin esille ja asiakkaan huomio saadaan näin tuotteisiin eikä yleiskuva ole liian sekava. Myös puu omalla tekstuurillaan tuo tuoreet hedelmät, vihannekset ja leipätuotteet kauniisti esiin.



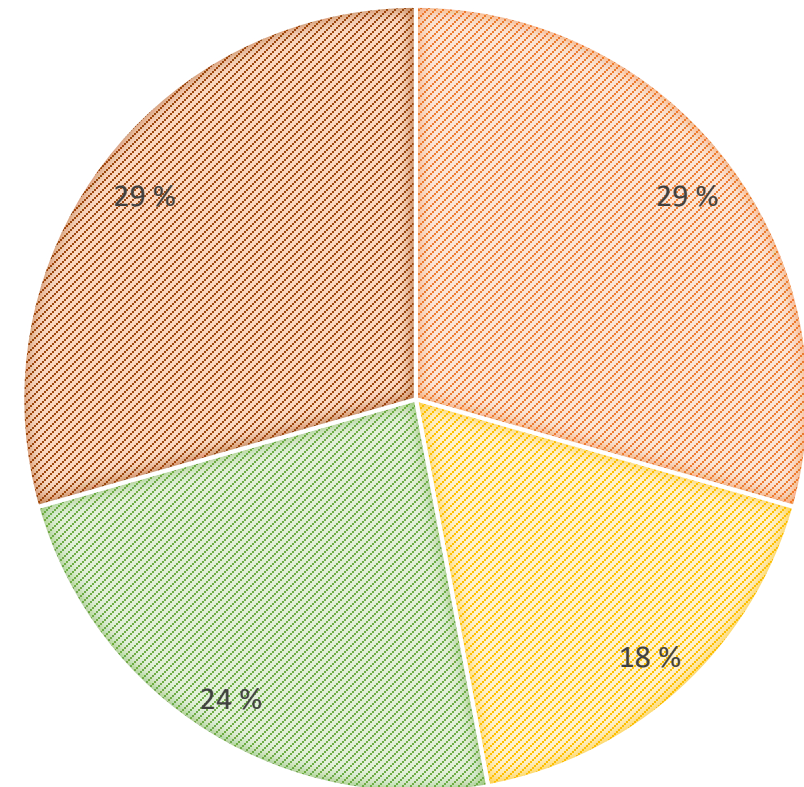
KUVA 7. Värien vaikutus ihmismieleen. BRANDNEWS, 2019

### 3. Suunnitteluprosessi

Suunnitteluprosessi koostui luonnosteluista, ideoinnista ja niiden läpikäynnistä keskustelun herättäjinä sekä itsenäisestä työskentelystä lopullisia visualisointi kuvia työstäen ja toteutus tapoja miettien. Suunnitteluprosessin aikana tapasimme usein ja vierailin kaupassa ideoimassa. Tämän lisäksi keskustelimme lukuisia kertoja whatsappia käyttäen yhdessä yrittäjän ja hänen luotto työntekijänsä kanssa. Keskustelua syntyi paljon ja sain nopeasti mielipiteitä asiakkaaltani ideoistani. Työskentelin alkuun Savonia-ammattikorkeakoulun tiloissa, mutta pian hankittuani tarpeelliset ohjelmat pystyin työskentelemään myös kotoa käsin. Kirjoitusprosessin koin helpommaksi toteuttaa kotoa käsin. Yhteistyöhenkilöinäni K-Market Inkivääristä oli yrittäjä Marko Posio, sekä hänen pitkäaikainen työntekijänsä Terhi Jääskeläinen. Yhteistyö sujui meillä kolmella erittäin mutkatta, sillä koin olevani samalla aaltopituudella yhteistyöhenkilöitteni kanssa ja olimme usein asioista samaa mieltä.

## SUUNNITTELUPROSESSI

■ Ideointi ■ Luonnostelu ■ Keskustelut ■ Visualisointi kuvien teko



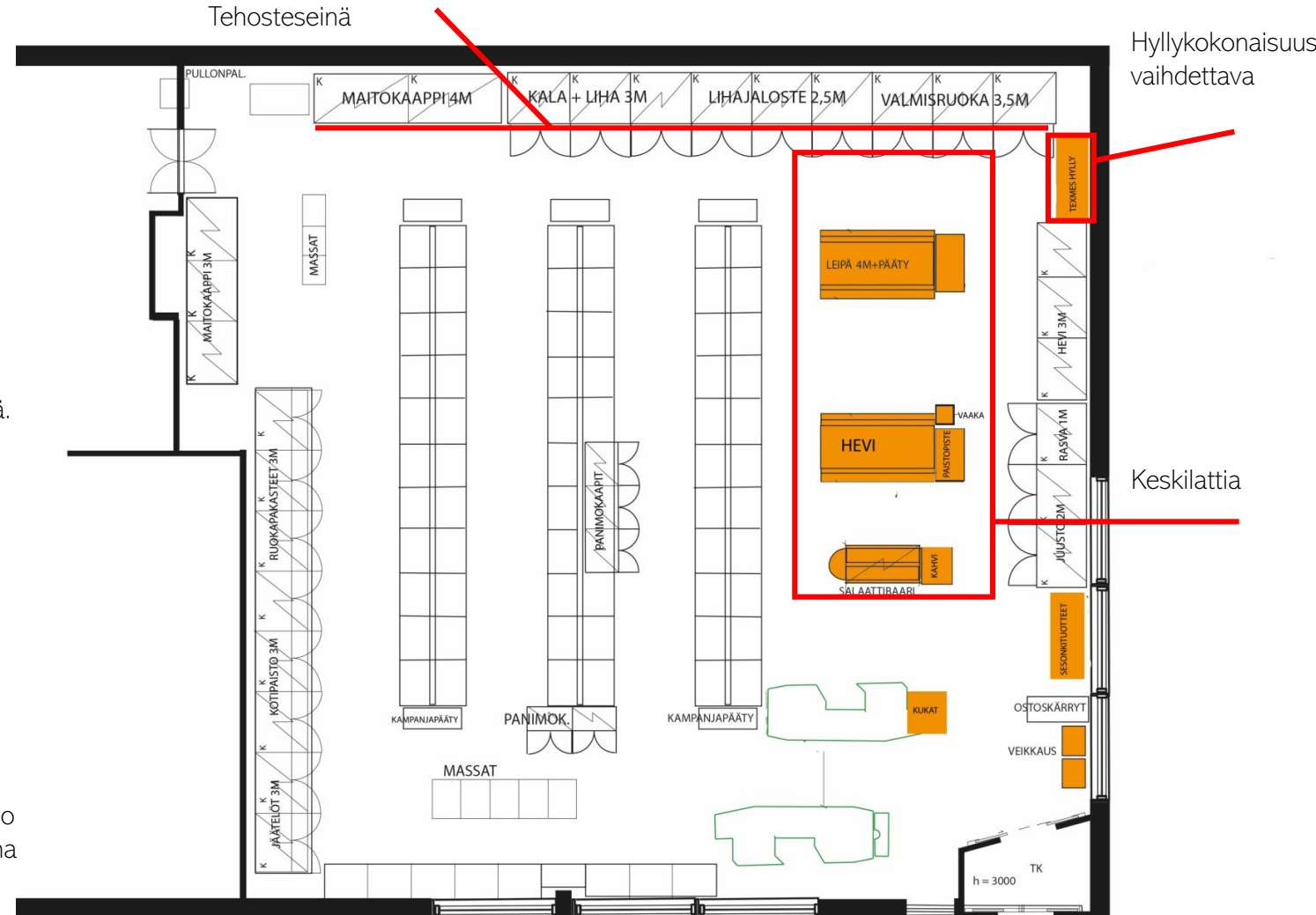
KUVA 8. Suunnitteluprosessi kaavio ajankäytöstä.

## 3. Suunnitteluprosessi

### 3.1 Tapaamiset ja haastattelut

Tapasimme suunnitteluprosessin aikana useita kertoja ja mietimme muutettavia kohteita. Ensimmäisten tapaamiskertojen aikana pääsimme nopeasti yhteisymmärrykseen siitä että keskilattian tila jossa hevi, leipä, salaattibaari sekä kahvi ja paistopiste sijaitsee tarvitsee miettiä uudelleen. Päädyimme myös ratkaisuun että TexMex-pääty siirretään hedelmävihannesosaston vierestä muualle myymälään ja tilalle rakennetaan uudet kalusteet juuresten esillepanolle sopiviksi. Pohdimme myös pitäisikö keskilattian hevikalusteet uusia kokonaan. Yrittäjä heitti saman tapaamisen aikana ilmoille idean, että tahtoisi keksiä kaupan pisimmän suoran kylmäkalusteiden yläpuolelle jotakin silmiin pistävää ja huomiota herättävää. Tämä seinä näkyy osittain muunmuassa heti kauppaan sisään astuessa. Tässä vaiheessa työni oli siis keksiä toimiva järjestys keskilattialle ja ideoida huomiota herättävää tehosteseinää. Haastattelin ja keskustelimme tapaamisen aikana myös paljon kaupan historiasta ja juurista sekä yrittäjän omasta suhteesta kauppiana oloon.

K-Market Inkivääri on Kuopion vanhin aina K-Markettina toiminut myymälä. Sen asiakaskunta koostuu pääosin vakioasiakkaista ja kaupassa onkin hyvin paljon vanhanajan kyläkaupan tunnelmaa. Tämän tunnelman kauppias tahtoi kauppaan säilyttää ja korostaa kaupan juuria ja pitkää historiaa. Otimme tämän huomioon myymäläsuunnittelun tavoitteita miettiessämme. Tavoitteina oli myös luoda kauppaan jotain erilaista, mitä ei alueen muista elintarvikeliikkeistä löydy ja kasvattaa tällä mielenkiintoa myös uusille asiakkaille. Lähialueella on meineillään iso saneeraus useammassa kerrostalossa, näihin taloihin tulee muuttamaan lähivuosina paljon uusia asukkaita, jotka yrittäjä haluaa houkutella kaupan asiakkaiksi.



KUVA 9. Muutoskohteet.

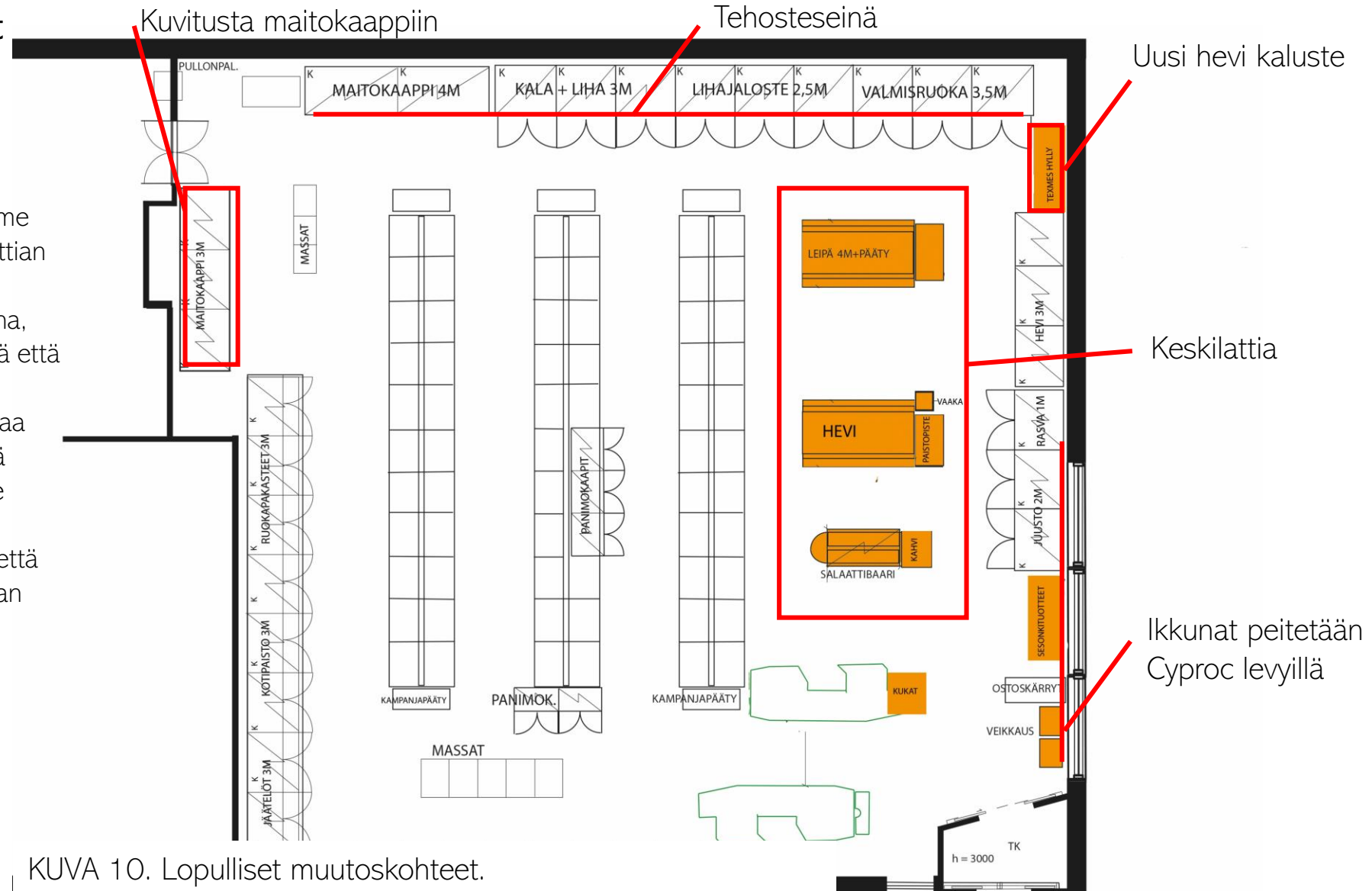


## 3. Suunnitteluprosessi

### 3.1 Tapaamiset ja haastattelut

Toisen tapaamisen aikana pohdimme olisiko kaupassa jotain muita kohteita joita voisimme muuttaa tai korostaa remontin yhteydessä. Keskilattian järjestystä miettiessämme totesimme hyväksi paikaksi kahvi ja paistopisteelle keskilattian alkupään, heti sisäänkäynnin ja kassojen läheisyydessä. Kyseisellä paikalla oli suuri ikkuna, joka oli koettu ongelmalliseksi myös siitä syystä että kesäisin ilta-aurinko paistaa suoraan kassalla työskentelevän työntekijän silmiin ja tämä haittaa työntekoa. Aloimme miettiä vaihtoehtoa peittää ikkuna kokonaan. Tämän lisäksi keskustelimme maitokaapin kohtalosta, joka jää hyvin piiloon vaihtuvien massojen taakse. Kauppias ehdotti että miettisimme siihen jotakin mikä kiinnittäisi asiakkaan huomion.

Muutoskohteet olivat nyt selvillä ja pystyin aloittamaan niiden tarkemman suunnittelun ja luonnosten tekemisen.



KUVA 10. Lopulliset muutoskohteet.

## 3. Suunnitteluprosessi

### 3.2 Tehosteseinä

Tehosteseinälle oli mahdollisuus Keskon puolesta sijoittaa konseptin mukaisia ilmetauluja. Ilmetaluja valikoidessamme koimme ne yrittäjän kanssa kuitenkin hyvin levottomiksi, eikä erityistä huomiota herättäviksi.

Päätimme yhdessä yrittäjän kanssa, että ilmetaluja ei tilata mikäli keksisin tilalle jotakin muuta. Aika pian aloimme keskustella siitä voisimmeko tuoda tehosteseinälle jotakin joka kertoo kaupan ja alueen historiasta. Näin kauppa myös erottuisi muista saman konseptin alla olevista liikkeistä.



KUVA 11. Myymälän pisin seinä, lähtötilanne.



KUVA 12. Esimerkki Keskon ehdottamista ilmetaluisista.

# Suunnitteluprosessi

## 3.2 Tehosteseinä

Samaan aikaan pohdin liikkeen värimailmaa. Harmaa toistuu monissa kaupan kalusteissa ja myös kylmäkalusteissa. Mietin myös muiden kylmäkalusteiden yläpalkin kohtaloa, lähtötilanteessa ne kaikki olivat hiukan keltaiseen taittuvan valkoiset. Kaupassa myytävät elintarvikkeet tuovat kauppaan paljon väriä ja sen vuoksi tahdoin kaupan pintojen pysyvän yksinkertaisina ja rauhallisina, jottei kaupasta tule liian levoton kokonaisuus.



KUVA 13. Luonnos tehosteseinästä.

## 3. Suunnitteluprosessi

### 3.2 Tehosteseinä



Kohde	Piirrustuksen sisältö	Koko
K-Market Inkivääri	Väritetty seinäprojektiio 1	A4
Päiväys	Mittakaava	
08.11.2018	1:100	
Suunnittelija	Suunnitteluala	
Emmi Virkkunen	SIS	

KUVA 14. Suunnitelma tehosteseinästä

## 3. Suunnitteluprosessi

### 3.3 Maitokaapin luonnokset

Maitokaappia suunnitellessani tein useamman luonnoksen siitä miten kaappi voitaisiin kuvittaa tai maalata. Maitokaapin toteutuksessa minulla oli kaikista vapaimmat kädet. Yrittäjä itsekin pyysi, että leikittelisin ajatuksilla jotta saataisiin kauppaan sen myötä jokin yksityiskohta joka jää asiakkaan mieleen.



KUVA 15. Luonnos 1 maitokaapista



KUVA 16. Luonnos 2 maitokaapista

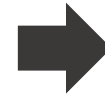
## 3. Suunnitteluprosessi

### 3.3 Maitokaapin luonnokset

Maitokaapille tekemistäni luonnoksista kauppias ihastui eniten kolmanteen luonnokseen. Hän pyysi tekemään vaan pienen lisäyksen ja kertoi haluavansa lehmälle kaulaan kyltin, johon voisin kirjoittaa "Inkivääri" kaupan nimen mukaan.



KUVA 17. Luonnos 3 maitokaapista



KUVA 18. Lopullinen luonnos maitokaapista

## 3. Suunnitteluprosessi

### 3.4 Ikkunan peittäminen sekä keskilattian suunnittelu

Keskilattian ongelmina koettiin muun muassa kahvi ja paistopisteen sijainnit. Paistopiste sijaitsi hevi kalusteiden päädyssä ja kahvipiste salaattibaarin päädyssä. Nämä tahdotiin sijoittaa vierekkäin, jotta kahvin ostajalle voisi heräte ostoksena tarttua tuore kahvileipä mukaan ja toisinpäin. Kahvi- ja paistopisteelle löytyikin juuri sopiva tila pelikoneiden vierestä, aivan kassojen ja sisäänkäynnin läheisyydestä. Koin tämän toimivana asiakkaille sekä työntekijöille. Näin kassa työntekijä pystyi paremmin seuraamaan paisto tuotteiden myyntiä ja tällä varmistamaan, että loppuvia tuotteita paistetaan tarpeen mukaan lisää myyntiin. Takana sijaitseva ikkuna koettiin ongelmalliseksi työntekijöille varsinkin kesäisin, jolloin ilta-aurinko paistaa kassa henkilöstön silmiin ja häiritsee työntekoa. Myöskin paisto ja kahvipisteestä saataisiin houkuttelevampi ja selkeämpi kokonaisuus mikäli ikkuna peitettäisiin.



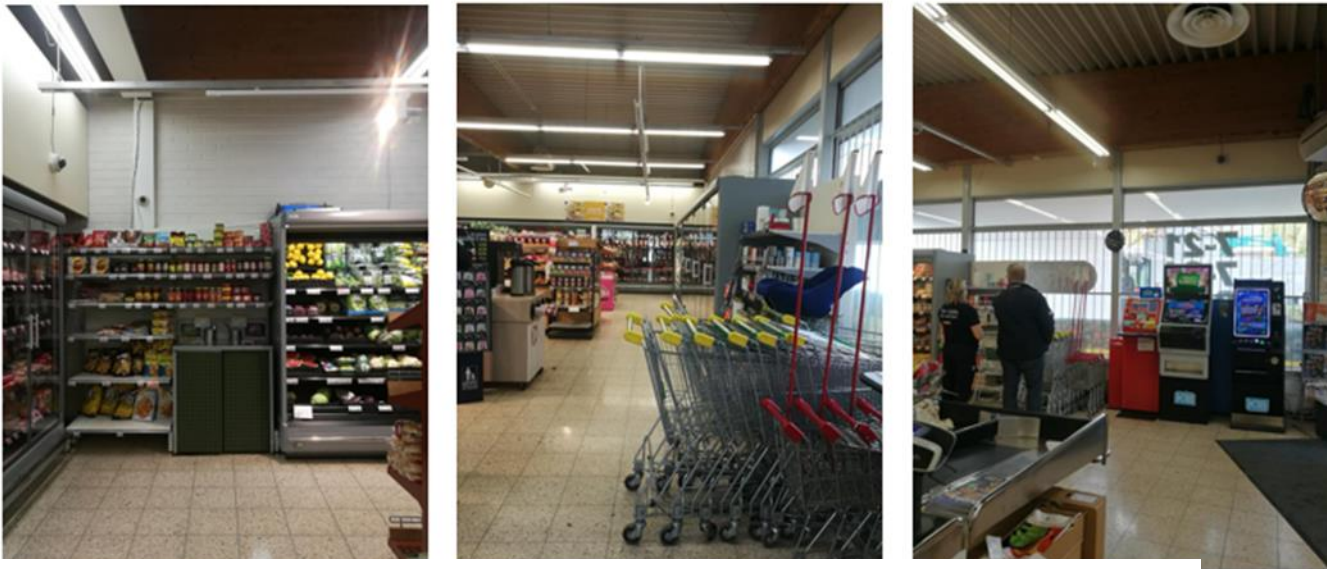
KUVA 19. Ennen kuvat

## 3. Suunnitteluprosessi

### 3.4 Ikkunan peittäminen sekä keskilattian suunnittelu

Liha ja hevi kylmäkalusteiden välissä oli rako, johon oli rakennettu hyllykokonaisuus TexMex- tuotteille. Tämä hyllykokonaisuus ei mielestäni sopinut tuoretuotteiden rinnalle ja rikkoi osaston kokonaisuutta. Suunnitelmaani kuului tämän tilalle juures pääty, jolloin hedelmä- vihannesosasto jatkuu kylmäkoneen päätyttyäkin.

Keskilattialle suunnittelin tilattavaksi uuden hedelmä/vihanneskalusteen. Entinen kaluste voitaisiin vaihtaa leipäkalusteeksi. Leipätuotteilla oli aikaisemmin ollut punertava vanha kaluste, joka rikkoi yhtenäisyyttä muihin harmahtaviin tai mustiin kalusteisiin.



KUVA 20. Lähtötilanne sisäänkäynnistä ja TexMex - hyllypäädyistä

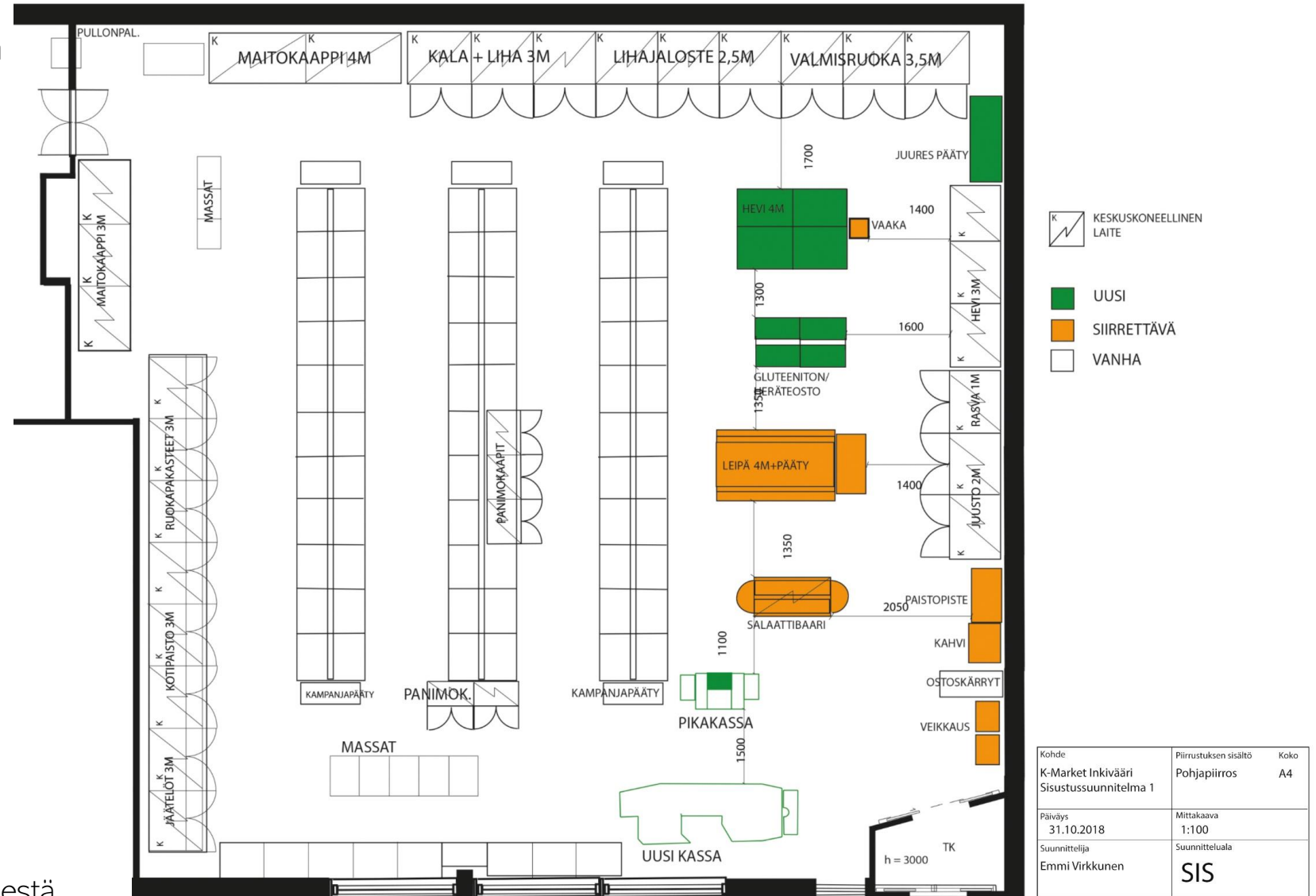


KUVA 21. Vanhat hevi ja leipäkalusteet



## 3. Suunnitteluprosessi

### 3.4 Ikkunan peittäminen sekä keskilattian suunnittelu



KUVA 22. Suunnitelma keskilattian järjestyksestä

Kohde K-Market Inkivääri Sisustus suunnitelma 1	Piirrustuksen sisältö Pohjapiirros	Koko A4
Päiväys 31.10.2018	Mittakaava 1:100	
Suunnittelija Emmi Virkkunen	Suunnitteluala SIS	

## 3. Suunnitteluprosessi

### 3.4 Ikkunan peittäminen sekä keskilattian suunnittelu



KUVA 23. Suunnitelma paisto- ja kahvipisteestä.

Kohde K-Market Inkivääri	Piirrustuksen sisältö Väritetty seinäprojektiio 2	Koko A4
Päiväys 8.11.2018	Mittakaava 1:100	
Suunnittelija Emmi Virkkunen	Suunnittelualue SIS	

## 4. Toteutus.

### 4.1 Maitokaappi.

Kun suunnitelma oli valmis, keskustelimme yrittäjän kanssa maitokaapin toteutustavasta. Olin ottanut selvää muutamasta Kuopion alueella toimivasta yrityksestä, jotka hoitavat teippauksia asiakkaan toiveiden ja heidän lähettämien kuvien mukaan.

Asiasta keskustellessamme kerroin myös mahdollisuudesta toteuttaa tämän myös seinämaalauksena, jonka itse toteuttaisin.

Yrittäjää kiehtoivat eniten idea, että maitokaappi olisi maalattu käsin.

Asioin Kuopion Tapetti ja väri- liikkeessä, jossa kerroin suunnitelman ja maitokaapin pinnan haasteellisuuden. Kyseessä oli kuitenkin kylmäkaluste, joten maalin oli oltava siihen täysin soveltuvaa. Minulle neuvottiin ja valittiin juuri kyseiselle pinnalle sopivat maalit. Keskustellessamme projektista sain itsellenikin varmuutta, että maalaus onnistuisi kaapin pinnan haasteellisuudesta huolimatta.

Kuopion tapetti ja väri liikkeessä asioinnin jälkeen tapasimme vielä yrittäjän kanssa, jolle kerroin sieltä saamani tiedot. Keskustelimme vielä seinämaalauksena toteutuksen riskeistä, joista yrittäjä ei ollut kovinkaan huolissaan. Yrittäjä piti tärkeänä, että kaappi on maalattu käsin ja sille syntyy tarina, jonka he voivat kertoa asiakkailleen ja näin maitokaappi on entistä erikoisempi.

Koen projektin olevan ainutlaatuinen ja monella tavalla myös merkittävä itselleni, joten päätimme että maitokaappi uudistetaan ja toteutan sen vapaalla kädellä maalaten.

Kaapin maalauksen toteutin yöaikaan, kaupan ollessa suljettu. Kuopion Tapetti ja Väri oli sekoittanut minulle juuri haluamani värisävyt valmiiksi.

Aloitin kaapin työstämisen ensin pesemällä kaapin maalattavat ulkopinnat ja hion ne kauttaaltaan. Tämän jälkeen tein tarvittavat suojaukset pintoihin joihin maalia ei tahdottu tarttuvan teipillä ja suojamuovilla.

Seuraavaksi hahmottelin kevyesti lyijykynällä lehmän pään, utareet ja pilkut. Apuna käytin tulostamiani kuvia suunnitelmastani. Tämän jälkeen aloitin maalauksen mustalla maalattavista alueista.

Väri kerrallaan työstin ensimmäisen kerroksen jokaista tarvittavaa väriä. Jouduin maalaamaan uudet kerrokset, jotta väreistä ei kuulla läpi ja jälki on tasaisempaa. Tämän jälkeen maalasin vielä yksityiskohtia. Toteutus vaati useita tunteja, maalien kuivumisen odottelun vuoksi. Joten maalaus ei valmistunut ensimmäisenä yönä. Seuraavaan kertaan jäi yksityiskohtien parantelut ja tekstin kirjoittaminen kaulassa roikkuvaan kylttiin. Toisena yönä viimeistelin kaapin. Parantelin yksityiskohtia sekä kirjoitin yrittäjän pyytämän tekstin "Inkivääri" lehmän kaulaan.

## 4. Toteutus.

### 4.1 Maitokaappi.



KUVA 24. Maitokaapin toteutus vaiheet.

## 4. Toteutus.

### 4.1 Maitokaappi.



KUVA 25. Maitokaapin toteutus vaiheet 2.

## 4. Toteutus.

### 4.2 Tehosteseinä.

Tehosteseinälle päädyimme teettämään vanhoja kuvia Inkilänmäeltä ja kaupasta entisten kauppiaiden ajoilta. Tässä vakioasiakkaat kantoivat ison korren kekkoon ja toimittivat pyynnöstämme meille paljon kuvia Inkilänmäeltä. Olimme myös yhteydessä kaupan ensimmäiseen yrittäjään, joka on ollut kauppiana kyseisessä kaupassa vuosina 1980- 1994. Näillä kuvilla saisimme tuotua yrittäjän haluamaa historiaa esiin, sekä kiinnitettyä asiakkaan huomion. Tehosteseinä on kaupan pisin yhtäjaksoinen seinä kylmäkoneiden yläpuolella ja seinä näkyy muun muassa heti kauppaan sisään astuttaessa.

Projekti alkoi vanhojen kuvien läpi käynnistä, mitkä mahdollisesti olisi kauppaan sopivia kuvia. Haastavaksi tilanteen teki se, että saamamme kuvat olivat todella vanhoja ja epätarkkoja. Sopivia kuvia teetätettäväksi valikoitui yhteensä kymmenen kappaletta. Vektoroin kyseiset kuvat Adobe Illustratorilla, jotta kuvat ei suurennettuna ole pelkkää pikseli mössöä. Kuvat suurennettiin kokoon 60 cm x 90 cm. Lopuksi lisäksi kuviin myös mustat kehykset Adobe Photoshopilla yrittäjän pyynnöstä, sillä teetätettäviin alustoihin ei tullut erillisiä kehyksiä kuville.

Tehosteseinän teko aloitettiin maalaamalla ensin seinä valitsemallamme harmaan sävyllä. Tehosteseinän maaliksi valikoitui Seinämaali- TVT1947 ja loput pinnat maalattiin valkoisella TVTF157- seinämaalilla.

Valitsemamme kuvat teetätimme LogoPee Oy:n kautta.

Suunnitelmassani kaikki kuvat oli aseteltu pitkälle tehosteseinälle. Kuvien saavuttua, yrittäjä itse kuitenkin tahtoi sijoittaa kolme kuvaa pakaste altaiden yläpuolelle. Tämä siksi että kuvissa näkyi kohdat, jotka oli ennen olleet pakastealtaan kohdalla. Hän tahtoi sijoittaa kuvat paikoille, joissa ennen oli ollut muun muassa lihatiski sekä leipähyly.



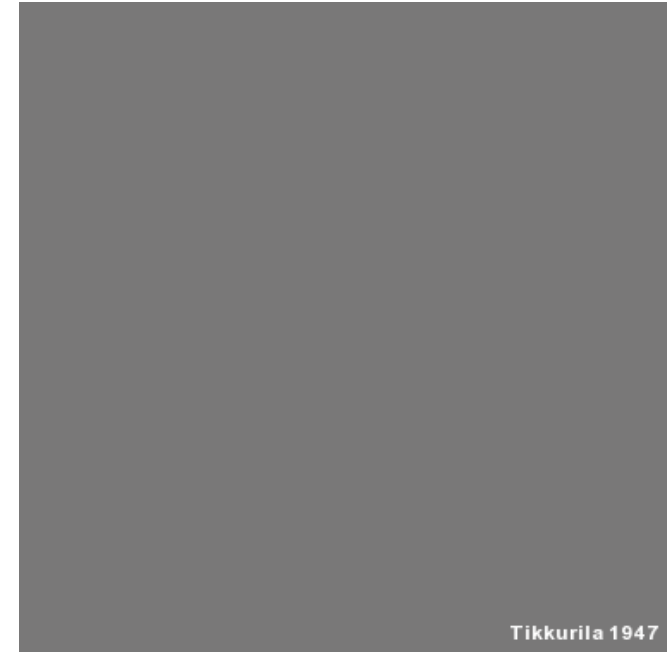
KUVA 26. Esimerkkikuva kuvien muuttamisesta kokoon 60 x 90 cm

## 4. Toteutus.

### 4.2 Tehosteseinä.



KUVA 27. 10 x Taulut kokoon 60x 90 cm LogoPee Oy



Tikkurila 1947

KUVA 28. Tehosteväri Seinämaali- TVT1947

## 4. Toteutus.

### 4.2 Tehosteseinä.



KUVA 29. Tehosteväri maalattuna.



## 4. Toteutus.

### 4.2 Tehosteseinä.



KUVA 30. Kuvat tehosteseinällä

## 4. Toteutus.

### 4.3 Ikkunan peittäminen.

Ikkunan peittäminen tehtiin myös yö aikaan, kaupan ollessa suljettu. Peitimme ikkunat Ek-cyproc levyillä ja eristimme sen Finnfoam lämpöeristeellä. Asennuksen jälkeen cyproc levyt maalattiin samalla seinämaalilla kuin tehosteseinä. Yrittäjä ja hänen ystävänsä hoitivat, eristyksen, levyjen asennuksen ja maalauksen. Ikkunan peittäminen tehtiin samana yönä, kun minä aloittelin maitokaapin maalausta, joten maalien kuivumista odotellessa ehdin auttamaan aina kun lisäkädet olivat tarpeen.



KUVA 31. Ikkunan peittäminen.

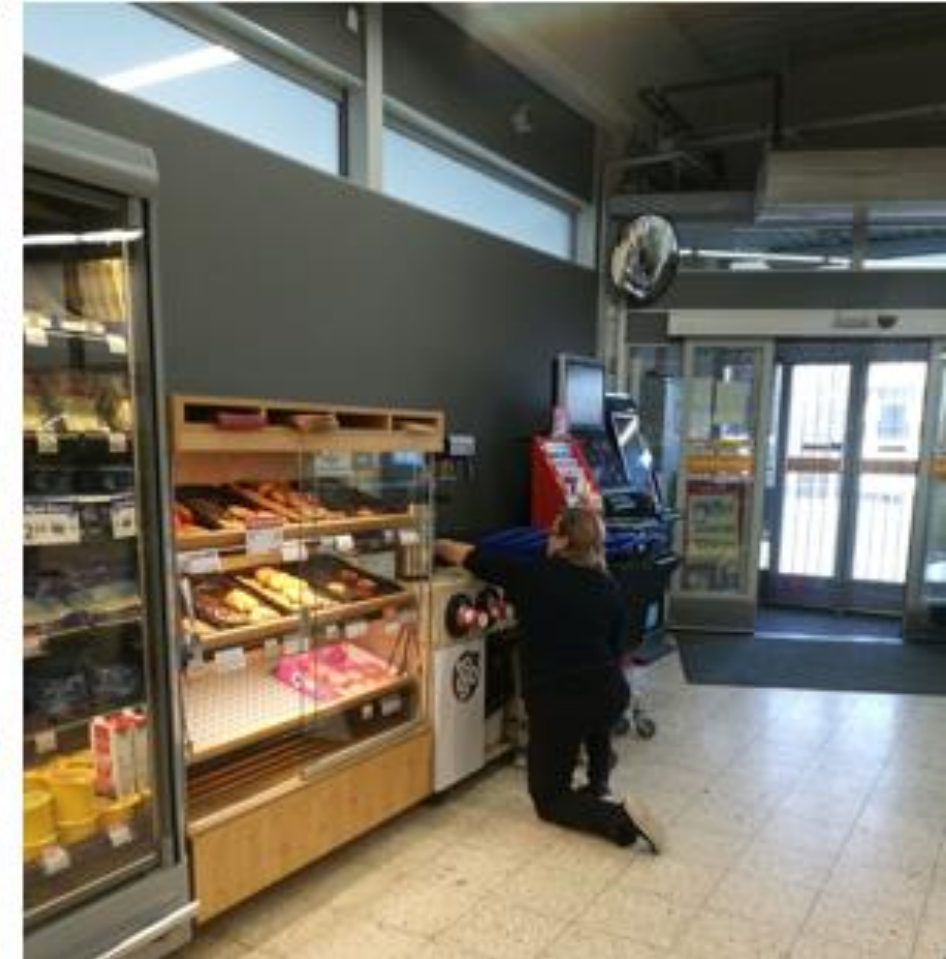
## 4. Toteutus.

### 4.3 Ikkunan peittäminen.

Kun ikkuna oli saatu umpeen ja maalattua, pystyimme aloittamaan keskilattian mylläyksen uuteen järjestykseen vaihe vaiheelta. Ensimmäisenä purin siirrettävän sesonki hyllyn, jossa olleet kynttilät löysivät uuden paikan käyttötavara hyllystä. Tämän jälkeen siirsimme paisto- ja kahvi pisteet uusille paikoilleen.

Paistopiste sijaitsi ennen hedelmä- vihanne hyllyn päädyssä ja kahvipiste salaattibaarin päädyssä.

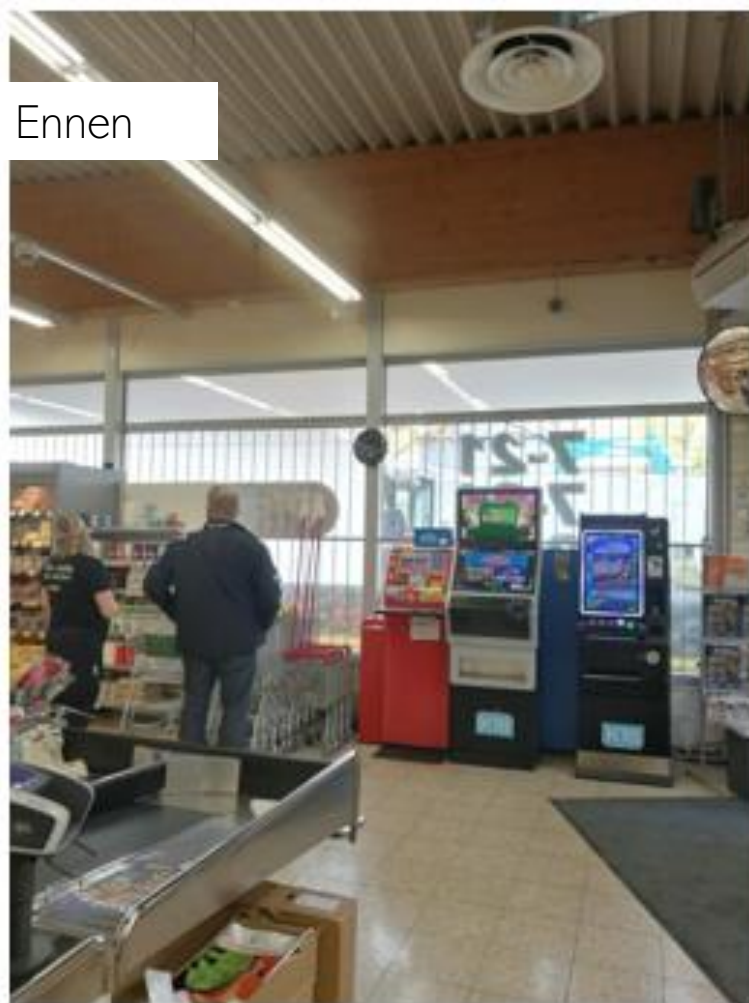
Nämä tahdottiin sijoittaa vierekkäin, jotta kahvikupin ostajalle saadaan lisämyyntinä myös kahvileipä helpommin mukaan. Paikka näille valikoitui heti sisäänkäynnin yhteyteen, jossa ennen sijaitsi sesonki hylly. Uudet ostoskärryt olivat myös hieman kapeammat ja mahtuivat pienempään tilaan, joten ne saatiin sijoitettua vanhalle paikalleen pelikoneiden viereen.



KUVA 32. paistopisteen siirto.

## 4. Toteutus.

### 4.3 Ikkunan peittäminen.



KUVA 33. Ennen ja jälkeen kuva sisäänkäynnistä.

## 4. Toteutus.

### 4.4 Juurespäätty.

Uuden juureshyllyn rakentaminen alkoi vanhan TexMex-hyllyn purkamisella, tuotteet sijoitettiin hyllyn pätyyn, jossa ne edelleen saivat oman kokonaisuuden ja asiakkaan oli helppo löytää ne. Hyllyjen purkamisen yhteydessä, peitimme myös kylmäkoneen ja seinän välissä olevan raon pinnoitetulla PVC- kankaalla. Sillä ulkoa päin tullessa tämä rako näkyi hyllyjen välistä.

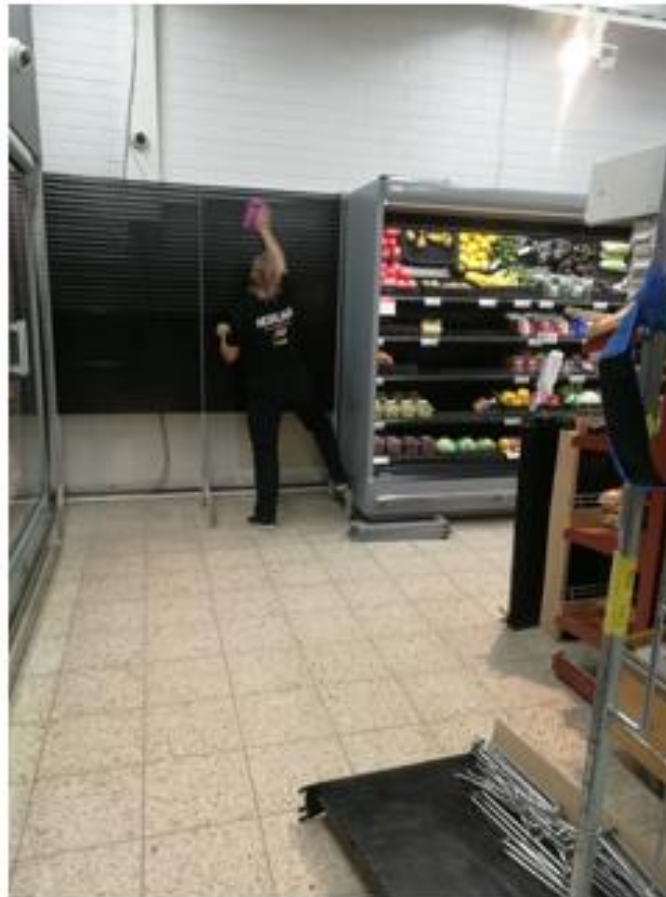


KUVA 34. TexMex- hyllyn purku.

## 4. Toteutus.

### 4.4 Juurespääty.

Uudet hyllyt tilattiin J. Laatikaiselta (Dovemera Oy), joka teki ne toiveiden mukaan mittatilaustyönä. Hyllyt kokosimme yhdessä yrittäjän ja hänen työntekijänsä Terhi Jääskeläisen kanssa. Terhin kanssa laitoimme myös uudet esillepanot hyllyjen ollessa jo paikallaan.

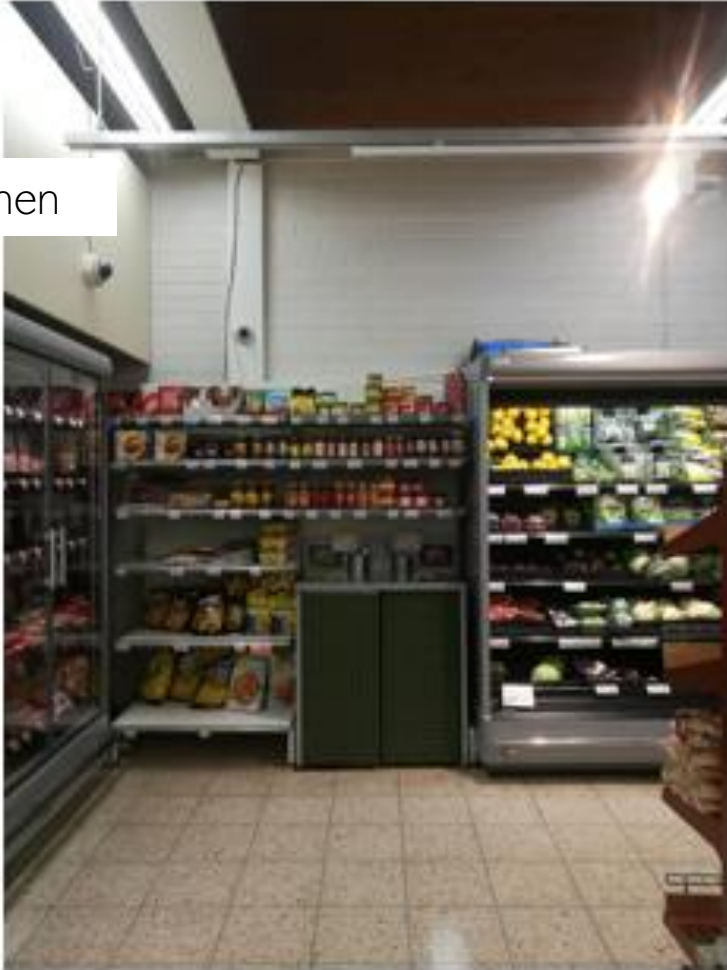


KUVA 35. Juurespäädyn rakennus.

## 4. Toteutus.

### 4.4 Juurespäätty.

Ennen



Jälkeen

KUVA 36. Ennen ja jälkeen kuva muutoskohteesta.

## 4. Toteutus.

### 4.5 Keskilattia.

Keskilattialle tilattu uusi hedelmä- vihanneshylly löytyi ketjun omasta myymälä valikoimasta. Entinen hylly pestiin ja siirrettiin leipä tuotteille. Keskilattialle jäi tilaa, joten yrittäjä tahtoi sijoittaa siihen lisähyllyn, johon rakensimme kokonaisuuden gluteenittomille tuotteille sekä heräte ostoksille otolliselle paikalle sijoitimme pähkinät ja siemenet. Yrittäjälle oli tärkeää, että kauppaan sisään tultaessa heti salaattibaarin jälkeen edessä on ensimmäisenä hedelmät ja vihannekset tuomassa raikkautta ja väriä sekä houkuttelemaan asiakasta ostamaan. Näin saamme korostettua myös tuoreutta. Ymmärsin yrittäjän pointin, mutta olimme tässä silti erimieltä. Olin suunnitellut uuden keskilattian kalusteen viimeiseksi, lähelle muita osaston tuotteita, sillä osaston kylmäkaluste sijaitsi nurkassa eikä sen paikkaa voinut muuttaa. Näin kaikki segmentin tuotteet olisivat lähekkäin ja muodostaisivat oman hedelmä- vihannesosastonsa. Kävimme tästä paljon keskustelua koko projektin ajan ja vähän sen jälkeenkin. Tämä oli projektin ainut asia, jossa näkemyksemme yrittäjän kanssa ei kohdanneet. Keskilattian hyllyt sijoitettiin yrittäjän näkemyksen mukaan. Omaa näkemystäni tärkeämpänä pidän sitä, että yrittäjä itse on lopputulemaan tyytyväinen sekä sitä, että kunnioitan hänen näkemystään ja päätöstään.

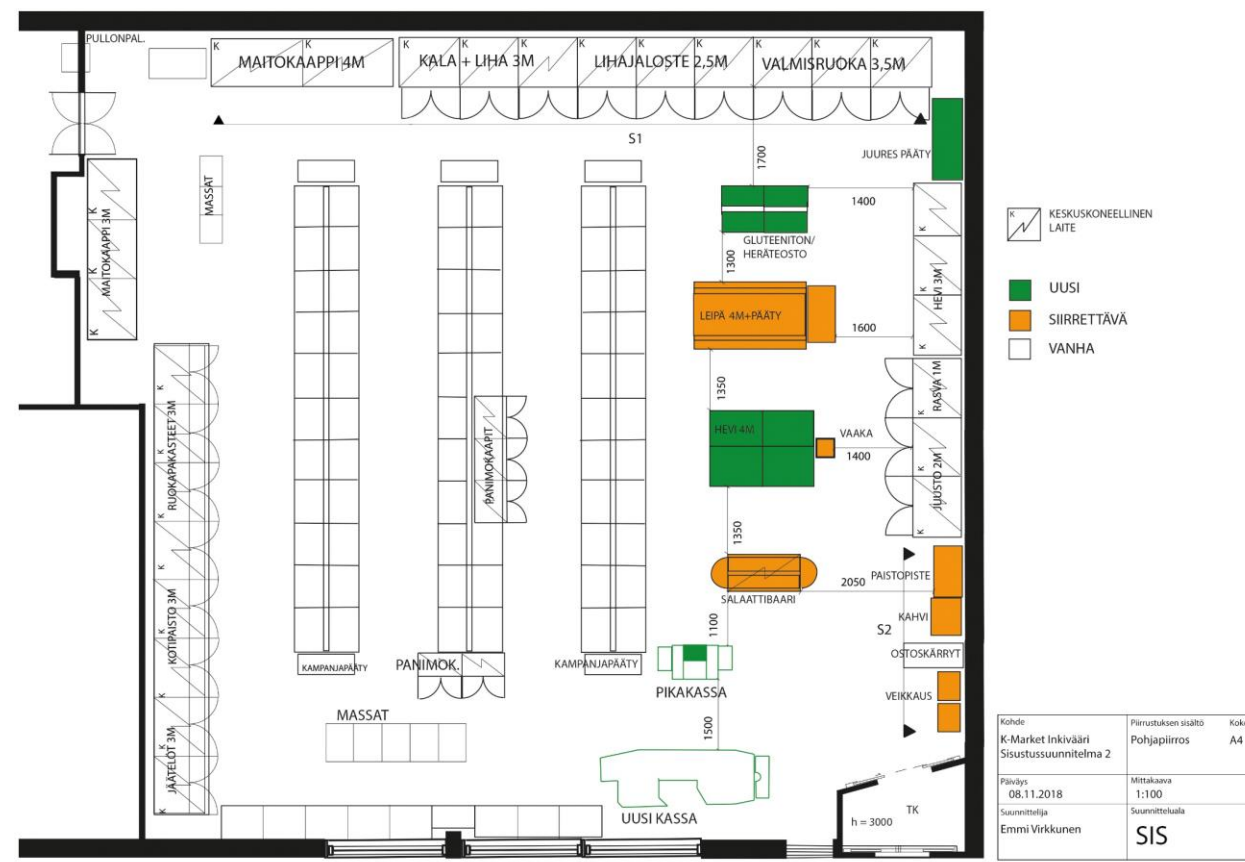
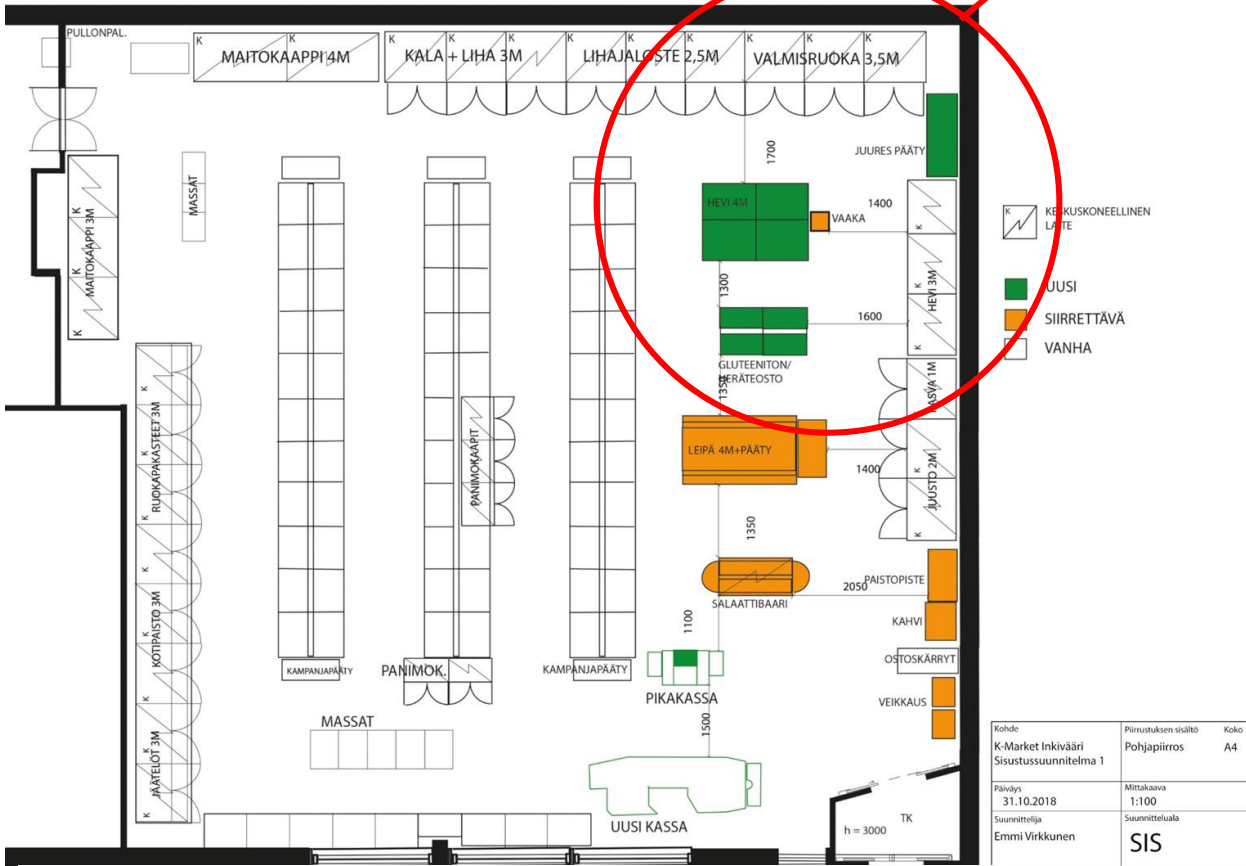
Aloitimme keskilattian järjestelyn pesemällä ensin vanhan hedelmä- vihanneshyllyn ja siirtämällä leipätuotteet siihen. Tämän jälkeen pystyimme purkamaan vanhan kokonaisuuden sopimattoman leipähyllyn pois. Tilaa keskilattialla oli nyt sopivasti ja pystyimme aloittamaan uuden hyllyn kokoamisen hedelmille ja vihanneksille.



## 4. Toteutus.

### 4.5 Keskilattia.

Hedelmä/vihannesosasto



KUVA 37. Ehdottamani keskilattian järjestys.

KUVA 38. Lopullinen keskilattian järjestys.

## 4. Toteutus.

### 4.5 Keskilattia.

Uusi hedelmä/vihanneskaluste keskilattialle.



KUVA 39. Hedelmä/vihanneskalusteen rakennus.



KUVA 40. Uusi hedelmä/vihanneskaluste keskilattialle.

## 4. Toteutus.

### 4.5 Keskilattia.

Keskilattian viimeinen vaihe oli rakentaa yrittäjän toivoma lisähylly, johonka tulisi gluteenittomat tuotteet sekä pähkinät ja siemenet. TexMex- tuotteille tehty hyllynpääty vei tilan gluteenittomilta tuotteilta ja yrittäjä tahtoi säilyttää gluteenittomat tuotteet samassa, jotta asiakkaan on helppo löytää haluamansa tuotteet. Näin asiakas näkee myös heti mitä gluteenittomia tuotteita kaupalla on valikoimassaan ja välttyy tuotteiden etsinnältä pitkin kauppaa.

Gluteenittomat tuotteet eivät kuitenkaan tarvinneet hyllyn molemmin puoleista tilaa, joten keskustelimme mitä tuotteita voisimme siirtää hyllyn toiselle puolelle keskilattialle. Omassa hyllypäädyssä olleet pähkinät ja siemenet valikoituivat hyväksi segmentiksi siirtää keskilattialle. Näin asiakas voi heräteostoksena napata pähkinä pussin ostoskoriin ja kauppa saa lisämyyntiä. Tyhjäksi jääneelle hyllypäädylle siirsimme mausteet, jotka oli ennen sijainneet mehujen vieressä juomaosastolla. Juomaosastoa pystyi levittämään hyllyn loppuun saakka, sillä osastolle oli tarvetta lisäpaikoille.

Uuden keskilattian hyllyn päätyyn jäi tilaa sesonki tuotteille, esimerkiksi tarjouskassa oleville kekseille tai pullille. Päädyn hyllyjen alapuolelle saimme sijoitettua myös irtosuolakurkkuaan.

## 4. Toteutus.

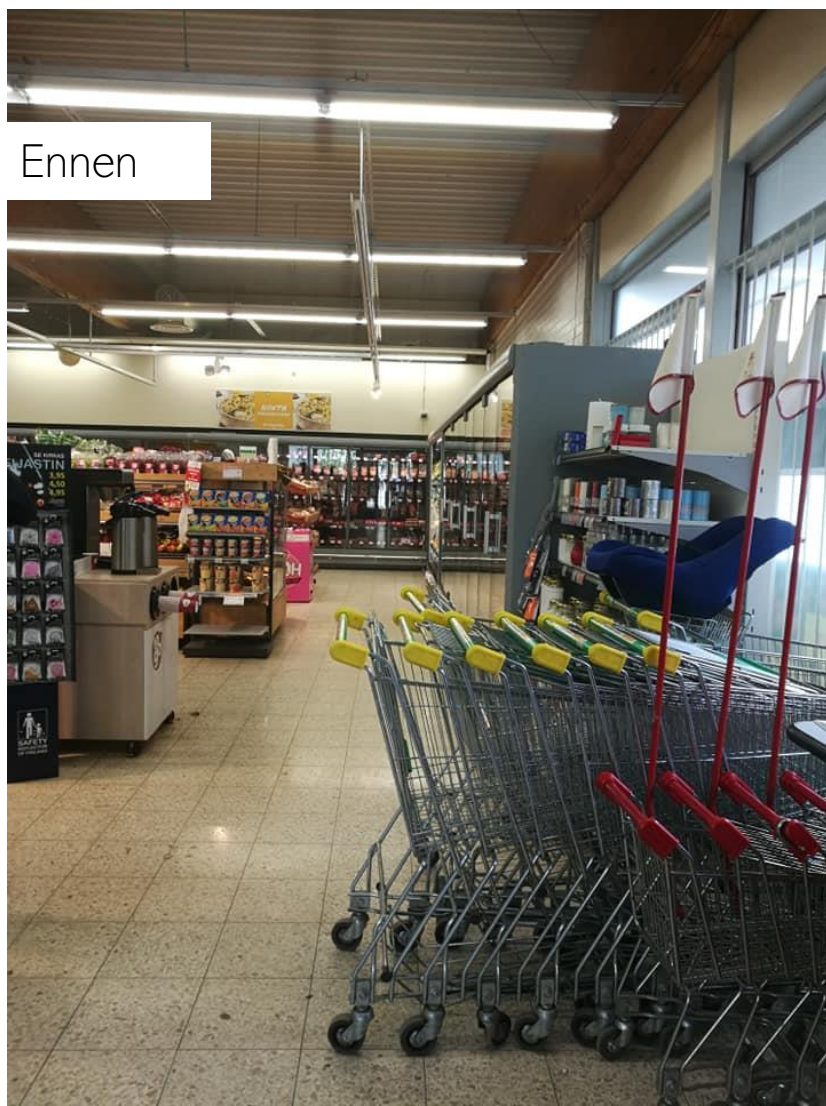
### 4.5 Keskilattia.



KUVA 41. Uusi keskilattiankaluste.

## 4. Toteutus.

### 4.5 Keskilattia.



KUVA 42. Ennen ja jälkeen kuva keskilattiasta.

## 5. Pohdinta ja arviointi.

### 5.1 Työskentelytavat

Työskentelytavoissa minulla on vielä paljon parannettavaa. Visualisointikuvat tein Photoshopin avulla. Visualisointi kuvien tarkoitus kuitenkin täyttyi ja sain tuotua niiden kautta ideani paremmin esille. Jälkikäteen ajateltuna 3d- mallinnukset olisivat olleet hyvä lisä oppimiseni kannalta. Päätökseeni olla mallintamatta kuvia vaikutti suuresti se, että tilat olivat minulle entuudestaan kovin tutut sekä myös yrittäjä ja henkilökunta. Tämä vaikutti paljon siihen, että kävimme paljon keskustelua kaupasta ja teimme päätöksiä jopa ennen visualisointi kuvia. Tämä kertoi toki siitä, että yrittäjä luotti minun näkemykseeni sekä olimme pitkälti samalla aallo pituudella, joten ymmärsimme helposti toistemme ideoita ja näkemyksiä jo ennen visualisointikuvia.

Remontin alkaessa pääsin itsekin sotkemaan käteni ja toteuttamaan suunniteltuja muutoksia. Tämä vaihe opinnäytetyöstäni oli mieluisin ja helppoin. Maalaukset ja kalusteiden rakentaminen sekä uusille paikoilleen siirtely hoitui todella näppärästi.

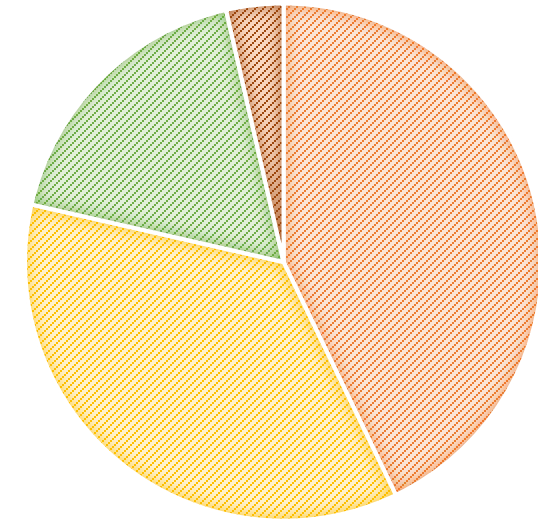
Kirjoittamisen alkaessa, alkoi suurimmat ongelmat. Olen aina tiedostanut, että en ole tämän tyyppisissä tehtävissä vahvimmillani. Kirjoittaminen ei tule minulta luonnostaan ja joudun todella pinnistämään, jotta saan itsestäni jotain irti. Tiesin myös jo alku tekijöissä, että aikataulutuksen kanssa tulee ongelmia. Asetinkin itselleni tavoitteita tehdä aikataulutusta ja pysyä siinä. Tässä epäonnistuin, sillä huomasin että vaikka kalenterissa päivänkohdalla lukisi "oinnäytetyön kirjoittaminen" en kykene välttämättä saamaan tekstiä. Päätin luottaa itseeni ja siihen, että kun se päivä osuu kohdalle, että kirjoittaminen tuntuu jokseenkin luontevalle, saan tekstiä näinä päivinä monen päivän edestä. Tämä toteutuikin ja tein usein kerralla paljon.

Suurin ongelma työskentelyssäni niin suunnittelu, toteutus kuin kirjoitus vaiheessa oli selkeästi aikataulutusta. En ole ikinä ollut kovin hyvä aikatauluttamaan. Kun on kyseessä asiakkaalle tehty työ, on minun aikataulutettava projekti asiakkaan aikataulun mukaan. Suunnittelu ja toteutus vaiheessa tämä oli kuitenkin suhteellisen helppoa, sillä työskentely tuntui luontevalta ja mukavalta. Aikataulutuksen suurin ongelma olikin se, että osaisin laittaa asiat tärkeys järjestykseen.

Myyväläsuunnitteluun paneutuminen opinnäytetyössäni yleisesti jäi aika vähäiseksi. Työtä opinnäytetyössäni riitti moneksi kuukaudeksi, kun katsotaan taaksepäin jo suunnittelu ja toteutus vaiheeseen. Monen kuukauden käytännössä työn jälkeen kaiken tämän kirjalliseksi laatiminen vei myös paljon aikaa, joten myymäläsuunnitteluun paneutuminen yleisesti jäi vähäiseksi.

### TYÖN JAKAUTUMINEN

■ Suunnittelu ■ Toteutus ■ Kirjallinen osuus ■ Lähteiden käyttö



KUVA 43. Työn jakautuminen kaavio.

## 5. Pohdinta ja arviointi.

### 5.2 Asiakkaan kanssa toimiminen.

Asiakkaan kanssa toimiminen oli rentoa ja luonnollista, niinkun olen aikaisemminkin jo kertonut, oli asiakas minulle entuudestaan hyvin tuttu. Kehotinkin projektin alkupuolella asiakasta kohtaamaan minut nyt suunnittelija eikä hänen kaupan alan työntekijänä. Tämä ajoittain toteutui, mutta minun itse oli hyvin vaikea karistaa se myyjän titteli hartioiltani ja ottautua työhön pelkästään ulkopuolisena suunnittelijana. Koen kuitenkin, että työkokemuksestani elintarvikealalla oli paljon hyötyä suunnitelmia laatiessani. Jo entuudestaan luotu luottamussuhde ja ystävyys ei myöskään häviä mihinkään, vaikka henkilöiden asemat muuttuivat. Tämä näkyi mielestäni positiivisena asiana projektin aikana. Ymmärsimme toisiamme hyvin ja osasimme työskennellä toistemme kanssa. Ymmärrys toista kohtaan ja yhteinen huumori toi oman mausteensa työntekoon.

Tiedän, että tulevaisuudessa minulla ei ole välttämättä tuttuja asiakkaita, joille projekteja pääsen tekemään, joten tämä projekti oli ainutlaatuinen. Asiakaspalvelualalla pitkään työskenneltyäni tiedän kuitenkin pärjääväni myös entuudestaan tuntemattomien asiakkaiden kanssa. Opin projektin aikana paljon siitä, kuinka asiakkaan näkemys menee aina edelle, vaikka kuinka oma näkemykseni olisi omasta mielestä parempi vaihtoehto. Asiakkaan toiveiden kunnioitus ja ymmärrys siitä, että teen projektia hänelle en itselleni on tärkein oivallus projektin aikana. Koin tämän projektin kovin merkittäväksi itselleni ja sen vuoksi välillä havahduin siihen, että en meinannut ymmärtää arvostaa asiakkaan näkemystä. En antanut tämän kuitenkaan välittyä asiakkaalleni vaan pohdiskelin näitä itse työskennellessäni.

Palautteet työstäni asiakkaalta on ollut hyvää. Henkilökohtainen kiitos ja halaus minkä yrittäjältä sain siitä, että pidin pääni tehoste värissä jäi parhaiten mieleen. Yrittäjä oli itse ollut aluksi asiasta hiukan epäileväinen, mutta kun toteutus oli valmis, on hän saanut paljon kiitosta ja ihailua kauppansa ilmeestä. Henkilökohtaiset palautteet myös kaupan asiakkailta on lämmittänyt mieltä. Eritoten kaupan uusi tehosteseinä, johon laitoimme vanhoja kuvia Inkilänmäeltä ja kaupasta on saanut ihailua sekä tuonut toivomaamme historiaa kauniisti esiin. Vanhemmat asiakkaat, jotka on asuneet Inkilänmäellä vuosikymmeniä ovatkin innostuneet kertomaan paljon lisää tarinoita Inkilänmäen historiasta. Mielestäni kaupan lämminhenkisyys paistaa nyt sen yeisilmeessäkin paremmin esiin ja kauppa on helposti lähestyttävä sekä erottuva kokonaisuus.

# Lähteet.

## Sähköiset lähteet

GREENLED, 2019 [Viitattu 2019]. Saatavissa <https://greenled.fi/valaistusratkaisut/myymalavalaistus/>

JENNIINA, 2015 [viitattu 2015-5-14]. Saatavissa <http://vijen-niina.blogspot.com/search?q=myym%C3%A4l%C3%A4suunnittelu>

KESKO, 2019 Saatavissa: [kesko.fi/yritys/brandi](http://kesko.fi/yritys/brandi)

SAVONXPRESS, 2018. Saatavissa: <http://www.xpress.fi/ilmastoystavallista-kaupante-koa-inkilanmaella>

SKILUX, 2019 [Viitattu 2019] Saatavissa: <https://skilux.fi/referenssit/>

YLE UUTISET, 2015 [vii-tattu 2015-11-9]. Saatavissa <https://yle.fi/uutiset/3-8430126>



# Kuvat.

KUVA 1. K-Market Inkivääri

KUVA 2. Myymäläsuunnittelu kaavio

KUVA 3. Asiakaskierto

KUVA 4. Esimerkkikuva hyllyjen muunneltavuudesta.

KUVA 5. Esimerkkikuva kampanjapäädystä.

KUVA 6. Esimerkkikuva kylmäkoneiden valaistuksesta.

KUVA 7. Värien vaikutus ihmismieleen BRANDNEWS, 2019 Saatavissa:

<http://brandnews.fi/varien-psykologia-merkitys-viestinnassa/>

KUVA 8. Suunnitteluprosessi kaavio ajankäytöstä.

KUVA 9. Muutoskohteet.

KUVA 10. Lopulliset muutoskohteet.

KUVA 11. Myymälän pisin seinä, lähtötilanne.

KUVA 12. Esimerkki Keskon ehdottamista ilmetauluista.

KUVA 13. Luonnos tehosteseinästä.

KUVA 14. Suunnitelma tehosteseinästä

KUVA 15. Luonnos 1 maitokaapista

KUVA 16. Luonnos 2 maitokaapista

KUVA 17. Luonnos 3 maitokaapista

KUVA 18. Lopullinen luonnos maitokaapista

KUVA 19. Ennen kuvat

KUVA 20. Lähtötilanne sisäänkäynnistä ja TexMex - hyllypäädyistä

KUVA 21. Vanhat hevi ja leipäkalusteet

KUVA 22. Suunnitelma keskilattian järjestyksestä

KUVA 23. Suunnitelma paisto- ja kahvipisteestä.

KUVA 24. Maitokaapin toteutus vaiheet.

KUVA 25. Esimerkkikuva kuvien muuttamisesta kokoon 60 x 90 cm

KUVA 26. Maitokaapin toteutus vaiheet 2.

KUVA 27. 10 x Taulut kokoon 60x 90 cm LogoPee Oy

KUVA 28. Tehosteväri Seinämaali- TVT1947

KUVA 29. Tehosteväri maalattuna.

KUVA 30. Kuvat tehosteseinällä

KUVA 31. Ikkunan peittäminen.

KUVA 32. paistopisteen siirto.

KUVA 33. Ennen ja jälkeen kuva sisäänkäynnistä.

KUVA 34. TexMex- hyllyn purku.

KUVA 35. Juurespäädyn rakennus.

KUVA 36. Ennen ja jälkeen kuva muutoskohteesta.

KUVA 37. Ehdottamani keskilattian järjestys.

KUVA 38. Lopullinen keskilattian järjestys.

KUVA 39. Hedelmä/vihannes kalusteen rakennus.

KUVA 40. Uusi hedelmä/vihannes kaluste keskilattialle.

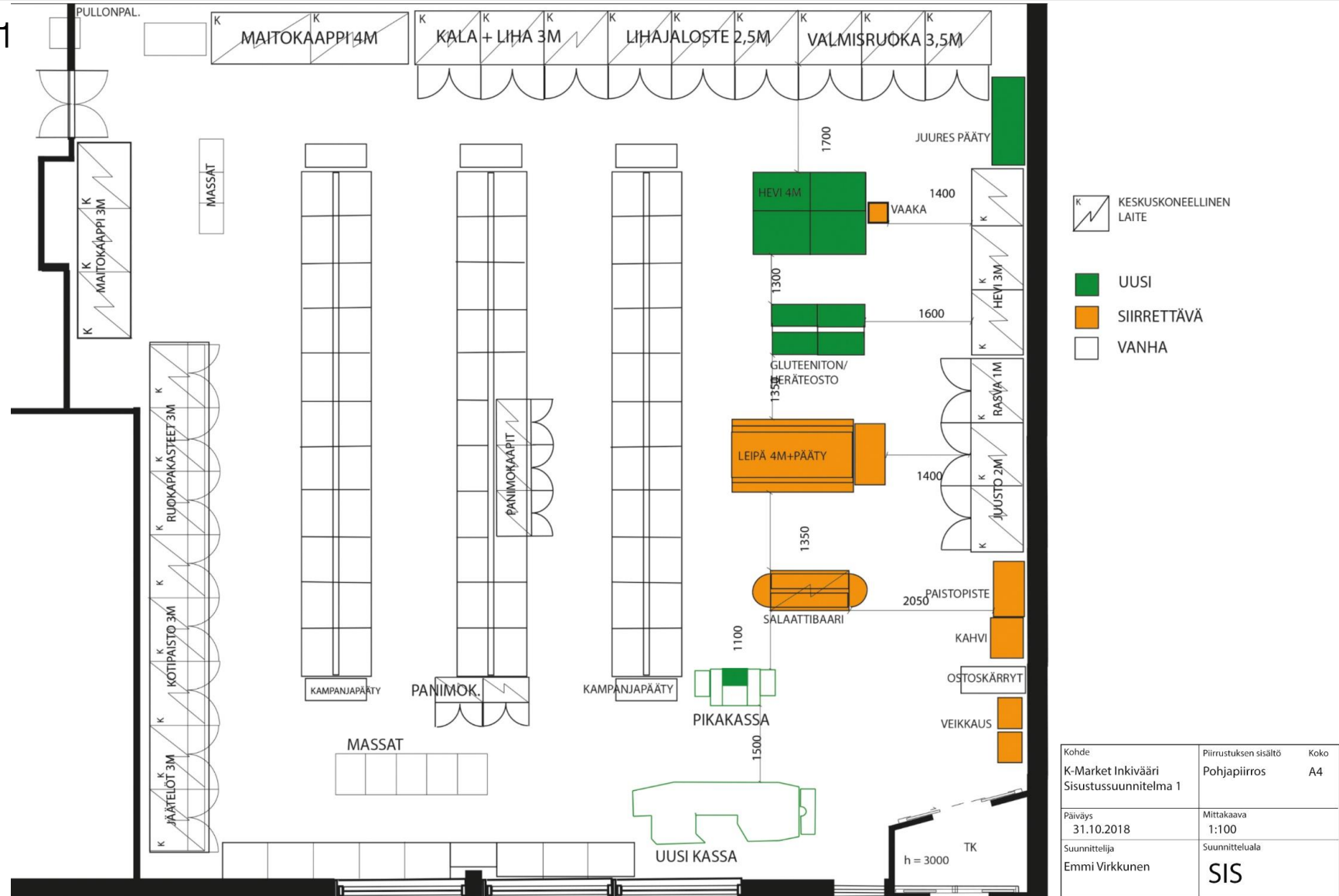
KUVA 41. Uusi keskilattian kaluste.

KUVA 42. Ennen ja jälkeen kuva keskilattiasta.

KUVA 43. Työn jakautuminen kaavio.

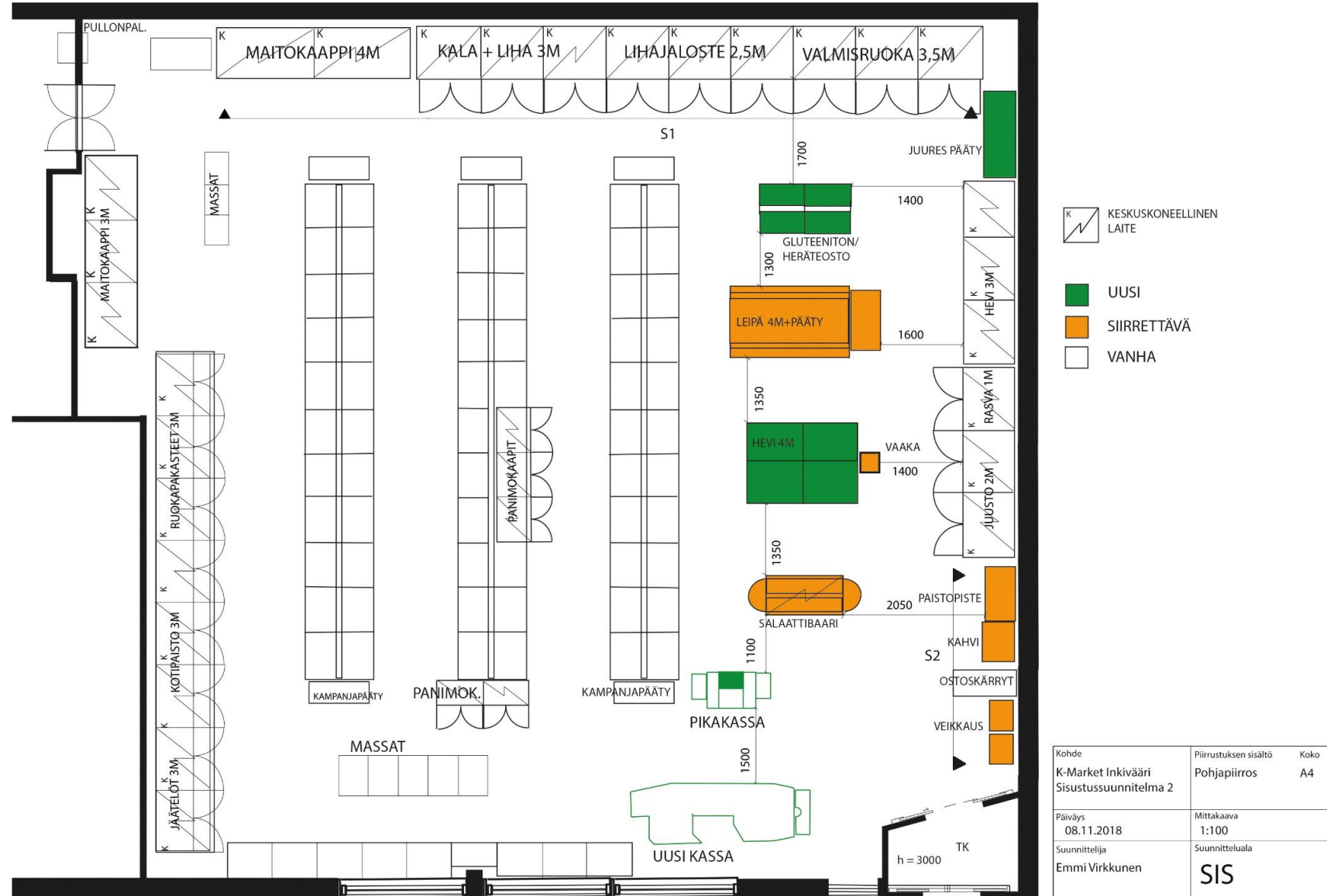
## LIITTEET.

LIITE 1: Pohjapiirros suunnitelma 1



## LIITTEET.

## LIITE 2: Pohjapiirros suunnitelma 2



## LIITTEET.

## LIITE 3: Väritetty seinäprojektio 1

Maalataan  
Seinämaali- TVT1947

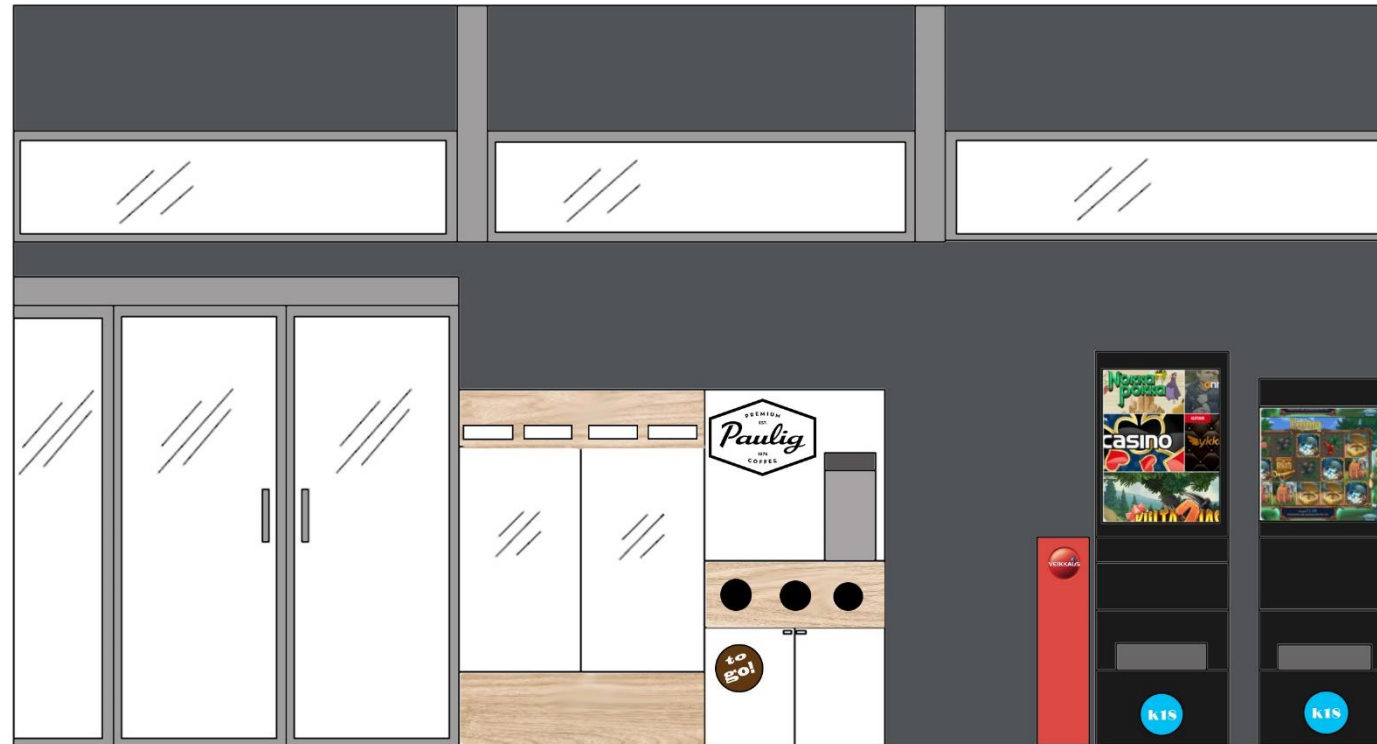
Kuvatulosteet  
60 x 90cm



Kohde K-Market Inkivääri	Piirrustuksen sisältö Väritetty seinäprojektio 1	Koko A4
Päiväys 08.11.2018	Mittakaava 1:100	
Suunnittelija Emmi Virkkunen	Suunnittelualue SIS	

## LIITTEET.

## LIITE 4: Väritetty seinäprojektiio 2



Kohde K-Market Inkivääri	Piirrustuksen sisältö Väritetty seinäprojektiio 2	Koko A4
Päiväys 8.11.2018	Mittakaava 1:100	
Suunnittelija Emmi Virkkunen	Suunnittelualue SIS	