

Opinnäytetyö (AMK)

Kauneudenhoitoalan koulutusohjelma

Estenomi

2011

Anna Karvonen & Johanna Sintonen

Ammattisanakirja kauneudenhoitoalalle

– suunnitelmasta toteutukseen



TURUN AMMATTIKORKEAKOULU
TURKU UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

OPINNÄYTETYÖ (AMK) | TIIVISTELMÄ

TURUN AMMATTIKORKEAKOULU

Kauneudenhoitoalan koulutusohjelma | estenomi

9.2.2011 | 50

Ohjaaja: Marita Antikainen

Tekijät: Anna Karvonen ja Johanna Sintonen

AMMATTISANAKIRJA KAUNEUDENHOITOALALLE

Kauneudenhoitoalan kansainvälistyessä alan ammattilaisten tarvitsee hallita alansa erikoissanastoa yhä useammalla kielellä. Tätä tarvetta vastaamaan luotiin toiminnallinen opinnäytetyö, joka tuottaa kauneudenhoitoalalle ammattisanakirjan. Sanakirja sisältää englannin, ruotsin, ranskan, saksan ja venäjän kieliset käännökset suomenkielisistä sanoista. Sanakirja julkaistaan sekä perinteisenä kirjana että sähköisesti Internetissä.

Sanakirjan tekoprosessi käsitellään suunnitelmasta toteutukseen. Työn tavoitteena on ollut luotettavan ja hyödyllisen tarvekartoituksen tekeminen, osaavien yhteistyökumppaneiden hankkiminen, sanakirjan visuaalisuuden suunnitteleminen, sanaston materiaalin kerääminen sekä kirjan markkinointitoimenpiteisiin tutustuminen. Hanke jakautui kahteen laajempaan kokonaisuuteen eli sanakirjan tarvekartoitukseen sekä sanakirjan sisällön suunnitteluun ja tuottamiseen. Lisäksi työssä käsitellään kirjan markkinointitoimenpiteitä, jotka ovat olennainen osa kirjan tuotantoprosessia.

Tarvekartoitus tehtiin sähköisenä kyselytutkimuksena, joka sisälsi strukturoidun ja avoimen vastauksen osiot. Kyselyyn saatiin 190 vastausta. Kyselyn perusteella sanakirja koettiin tarpeelliseksi ja näihin tuloksiin pohjautuen suunniteltiin tuotos. Sanakirjan sisältö kerättiin alalla jo olevaa kirjallisuutta hyväksikäyttäen. Sanakirjan kuvitukseen, käännöstöihin, sähköisen version toteuttamiseen sekä kustantamiseen hankittiin ulkopuoliset yhteistyökumppanit.

Työn konkreettista tuotosta, kauneudenhoitoalan ammattisanakirjaa, voidaan hyödyntää alan eri sektoreilla kuten opetuspuolella, yrityksissä ja maahantuonnissa. Työn avulla vastataan kentällä olevaan tarpeeseen ja tätä kautta pyritään kehittämään kauneudenhoitoalaa eteenpäin alan kirjallisuutta ja sitä kautta uskottavuutta lisäämällä.

ASIASANAT:

kauneudenhoito, sanakirja, opetusmateriaali, kirjan markkinointi

BACHELOR'S THESIS | ABSTRACT

UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Beauty Care | Specialisation

9.2.2011 | 50

Instructor: Marita Antikainen

Authors: Anna Karvonen and Johanna Sintonen

PROFESSIONAL DICTIONARY FOR THE BEAUTY CARE INDUSTRY

As the beauty care industry becomes increasingly more international, professional beauty care providers are required to master the special terminology of the field in more and more languages. To meet this need, an operational thesis was created to produce a professional dictionary for beauty care. The dictionary includes Finnish words translated into English, Swedish, German, French and Russian. The dictionary will be published both in conventional book form and electronically on the Internet.

The process of making the dictionary is covered from planning to execution. The aims of this thesis have been to create a reliable and useful demand survey, obtain skilful partners, plan the visual aspects of the dictionary, gather the terminology and learn about marketing a book. This project was divided into two larger portions: the dictionary demand survey and content planning and producing. In addition, this thesis also covers the marketing procedures necessary when publishing a book.

The demand survey was carried out as an electric questionnaire with both structured and open answer segments. The questionnaire was filled out by 190 respondents. These respondents concluded that such a dictionary is necessary, and the dictionary was then created based on the results of the questionnaire. The contents of the dictionary were gathered by using existing beauty care literature. External partners were found for the illustrations, translations and publishing of the book as well as the realization of the electronic version.

The concrete outcome of the thesis, the Professional Dictionary for the Beauty Care Industry, can be utilized by different sectors of the field such as education, companies and importers. The book helps fulfill the requirements of the industry and thus develop beauty care by adding to the literature and thereby the credibility of the trade.

KEY WORDS:

Beauty care, dictionary, teaching material, book marketing

SISÄLTÖ

1 JOHDANTO	5
2 KAUNEUDENHOITOALAN KEHITYSHANKE	6
2.1 Tarvekartoitus	8
2.1.1 Tarvekartoituksen tulokset	9
2.1.2 Tarvekartoituksen johtopäätökset	14
3 SANAKIRJAN TUOTTAMINEN KAUNEUDENHOITOALALLE	15
3.1 Ulkoasun suunnittelu	16
3.1.1 Kuvitus	17
3.1.2 Värit	18
3.1.3 Typografia	19
3.1.4 Taitto	20
3.1.5 Mielikuvat	21
4 SANAKIRJAN MARKKINOINTITOIMENPITEITÄ	22
5 LOPUKSI	25
LÄHTEET	28
LIITTEET	32
KUVAT	
Kuva 1.	18
Kuva 2.	19
KUVIOT	
Kuvio 1.	7
TAULUKOT	
Taulukko 1.	10
Taulukko 2.	11
Taulukko 3.	12
Taulukko 4.	13
Taulukko 5.	14

1 Johdanto

Suomi kansainvälistyy vauhdilla, jonka myötä sekä työssä että opinnoissa tarvitaan kauneudenhoitoalan ammattisanastoa yhä useammalla kielellä. Tämä opinnäytetyö pyrkii vastaamaan kentällä olevaan tarpeeseen ammattisanakirjalla, joka sisältää englannin, ruotsin, ranskan, saksan ja venäjän kieliset käännökset suomenkielisistä kauneudenhoitoalan ammattisanoista. Sanakirjaa voi hyödyntää kauneudenhoitoalan kaikilla eri sektoreilla eli opetuspuolella, maahantuonnissa ja yrityksissä.

Opinnäytetyö on kaksiosainen. Työ koostuu produktista eli sanakirjan sisällön tuottamisesta sekä sen suunnittelemiseen ja toteuttamiseen liittyvästä prosessikuvauksesta. Prosessikuvaus käsittelee kaikkea sitä, mitä sanakirjan tekeminen sisältää tarvekartoituksesta, suunnittelusta ja materiaalin kokoamisesta aina markkinointiin asti. Raportissa kerrotaan miten, miksi ja millä laajuudella tarvekartoitus on toteutettu ja minkälaisia yhteistyökumppaneita sanakirjan valmistuminen taakseen tarvitsee. Raportissa kerrotaan siitä, mikä on vaikuttanut sanakirjan visuaaliseen ilmeeseen ja miksi juuri tietty tyyli ja sisältö on valittu. Lopuksi raportissa käsitellään kirjan markkinointitoimenpiteitä. Sanakirjan suunnittelu ja toteutusprosessi kuvataan kronologisessa järjestyksessä, jotta lukija saa käsityksen prosessin etenemisestä, sanakirjan sisällön valmistumisesta ja valintapäätöksiin vaikuttaneista asioista loogisesti.

Opinnäytetyön tavoitteena on luoda toimiva sanakirja, joka on selkeä, kattava ja informatiivinen mutta kuitenkin tarkoin rajattu kokonaisuus. Sanakirjan halutaan olevan visuaalisesti miellyttävä ja persoonallisen näköinen olematta kuitenkaan mauton. Sanakirjan tulee näyttää ammattimaiselta ja tyylikkäältä, sekä osaltaan nostaa alan arvostusta. Sanakirja julkaistaan sekä kirjana että Internetversiona. Sanakirjan suomenkielinen materiaali on koottu opinnäytetyön aikana valmiiksi ja lähetetty kääntäjille. Kirja julkaistaan myöhempanä ajankohtana. Sanastoa ei

tulla liittämään opinnäytetyön raporttiin, jotta sen kopiointi ennen kirjan julkaisua voidaan estää.

2 Kauneudenhoitoalan kehityshanke

Opinäytetyön ensimmäinen tehtävä on pätevän ja hyödyllisen tarvekartoituksen tekeminen, johon koko opinnäytetyön merkitys pohjautuu. Toisena tehtävänä on hankkia osaavat yhteistyökumppanit kuten kuvittaja, tietotekniikan ekspertti, kielten kääntäjät ja kustannusyhtiö. Kolmas tehtävä on kerätä tarpeellinen materiaali sanastoon sekä pitää koko prosessi hallinnassa ja aikataulussa sekä lopputuotteena julkaista kauneudenhoitoalan sanakirja. Tehtävien tavoitteiden toteutumisen avuksi tehdään SWOT-analyysi.

SWOT-analyysia käytetään apuvälineenä strategisessa suunnittelussa, jonka avulla määritellään kehityshankkeen vahvuudet, heikkoudet, mahdollisuudet ja uhat. Nelikenttä jaetaan sisäiseen- ja ulkoiseen ympäristöön. Sisäiseen kuuluvat vahvuudet ja heikkoudet, ja ulkoiseen ympäristöön mahdollisuudet sekä uhat. Nelikentässä vasemmalle puolelle on sijoitettu positiiviset ja oikealle negatiiviset asiat (Kuvio 1). Työn menestystekijät saadaan tietää, kun selvitetään kuinka vahvuuksien avulla toteutetaan mahdollisuudet. Lisäksi tulee pohtia kuinka heikkoudet muutetaan vahvuuksiksi. Määriteltyihin uhkiin tulee voida varautua, joten on hyvä etsiä keinot sitä varten. (Hölttä & Savonen 1997, 53-56.)

Tässä toiminnallisessa opinnäytetyössä SWOT-analyysiä on päädytty käyttämään myös sen monipuolisuuden vuoksi. Opinnäytetyön kokonaisuuden hahmottaminen helpottuu ja mahdollisuudet näkyvät realistisemmassa valossa kun niitä käsitellään nelikentän kautta. Nelikenttään on laitettu ne asiat, jotka on koettu ja pystytty kuvittelemaan merkityksilliseksi parhaimman siihen astisen tiedon perusteella. Swot-analyysi on toiminut opinnäytetyön aloitusrunkona.



Kuvio 1. Swot-analyysi

Opinnäytetyössä tarvitaan erityisosaamista mm. vuorovaikutustaidoissa, delekoinnissa ja laajojen kokonaisuuksien hallinnassa, jotka voidaan lukea myös työparin vahvuuksiin. Sisäisiin heikkouksiin voidaan lukea se, että työpari asuu eri paikkakunnilla, mikä voi hankaloittaa yhteistyötä. Tiivis aikaulu ja työn laajuus ovat haasteellisia, etenkin kun työparilla on omat ansiotyöt hoidettavanaan. Kompastuskivinä voi olla kokemattomuus tämän kaltaisesta projektista ja työn vaativuus. Heikkoudet voidaan kuitenkin muuttaa mahdollisuuksiksi hyvän suunnittelun ja aikataulutuksen avulla.

Sisäisiin vahvuuksiin kuuluu työparin motivaatio hanketta kohtaan. Aihe koetaan tärkeäksi, koska omien kokemusten ja työelämästä kantautuvien viestien kautta tiedetään, että ammattisanakirjaa tarvitaan. Aihe on innovatiivinen ja haastava. Vahvuutena on työn toteutuksen hyvä suunnittelu ja tarkoin tehty taustatyö.

Ulkoisen ympäristön näkökulmasta hankkeella on monia mahdollisuuksia. Hankkeen avulla oppii julkaisuprosessin etenemisestä ja julkaisun markkinoinnista, joiden myötä pystyy kehittymään estenomina. Hanke vaatii useita yhteistyötahoja, joten sen pohjalta voi laajentaa yhteistyöverkostoja. Toivottavaa on hankkeen tuottavuus ja positiivinen julkisuus. Riskeihin kuuluu aikataulun pettäminen, joka voi johtua hankkeessa mukana olevien tahojen aikataulullisista ongelmista. Tämä puolestaan vaikuttaa koko projektin onnistumiseen. Uhkiin luetaan myös rahoituksen puuttuminen, eli jos työlle ei löydy kustantajaa niin tuotetta ei voida julkaista. Tarvekartoituksen epäonnistuminen veisi pohjan koko opinnäytetyöltä.

2.1 Tarvekartoitus

Tarvekartoitus on kyselytutkimus, jonka tarkoituksena on selvittää koetaanko kauneudenhoitoalan englant-suomi-englanti ammattisanakirja tarpeellisena. Tavoitteena on luoda relevantti kysely, joka on kohdistettu hankkeen kannalta oikeille ihmisille. Kyselyn analysoimisen tavoitteena on tarkastella saatuja vastauksia monipuolisesti ja kriittisesti. Tarvekartoituksen luotettavuutta ja validiteettiä arvioidaan sen perusteella, miten hyvin tutkimus on määritelty ja kohdistettu, jotta saadaan kerättyä luotettavaa aineistoa. Tarvekartoituksen laadukkuuden varmistamiseksi kerätään mahdollisimman laaja perusjoukko. Täydellisen perusjoukon kerääminen on mahdotonta, koska se tarkoittaisi kaikkien kauneudenhoitoalalla työskentelevien ammattilaisten löytämistä. Näin ollen täytyy keskittyä otoksen tutkimiseen ja tehdä johtopäätökset perusjoukosta otoksen perusteella. Kyselyn sisäistä validiteettiä eli sitä, miten hyvin kysely mittaa niitä asioita, mitä sen on suunniteltu mittaavan ja kyselyn ulkoista validiteettiä eli sitä, missä määrin kyselyn tulokset ovat yleistettävissä tutkittuun

perusjoukkoon arvioidaan pilottikyselyn sekä tutkimusjoukon perusteella. (Campbell 1999.)

Opinnäytetyön taustakartoitus aloitettiin maaliskuussa 2010. Kysely suunniteltiin aluksi word-tiedostona, joka lähetettiin muutamalle yhteistyössä toimivalle opettajalle. Tätä kautta kyselyä kehitettiin eteenpäin tarvekartoituksen kannalta oleellisilla lisäkysymyksillä. Tämän jälkeen kysely luotiin webropol-ohjelmalla. Vastaajien sukupuoli ja ikä kartoitettiin vaihtoehtokysymyksillä. Sanakirjan tarpeellisuutta mitattiin likert-asteikolla. Mukana oli myös muutama avoin kysymys, johon vastaajat saivat perustella vastauksiaan. Kyselylomake esitettiin viidellä satunnaisesti valitulla kauneudenhoitoalan ammattilaisella. Tämän jälkeen kyselyyn lisättiin muutama tarkentava kysymys. Kysely (LIITE 1) lähetettiin maanlaajuisesti kaikille kohderyhmän edustajille, joiden sähköpostiosoite saatiin selvitettyä. Kohderyhmäksi haluttiin mahdollisimman laaja otos kauneudenhoitoalan ammattilaisia: parturi-kampaajat, kosmetologit, alan opettajat, maahantuontiyrityksien henkilökunta ja maskeeraajat. Hakumenetelmänä parturi-kampaamo ja kosmetologi yritysten sähköpostiosoitteiden löytämiseksi käytettiin internet hakupalvelua: "Suomenyritykset.fi". Yrityksiä haettiin hakusanoilla "parturi-kampaamo" ja "kosmetologi". Haku tehtiin järjestelmällisesti maakunnittain tai lääneittäin. Koulujen yhteyshenkilöitä etsittiin koulujen internetsivujen kautta. Maahantuontiyrityksien osoitteita etsittiin ammattilehtien (kosmetologi - kauneuden ammattilehti ja Pinni) sivuilta sekä internetistä.

2.1.1 Tarvekartoituksen tulokset

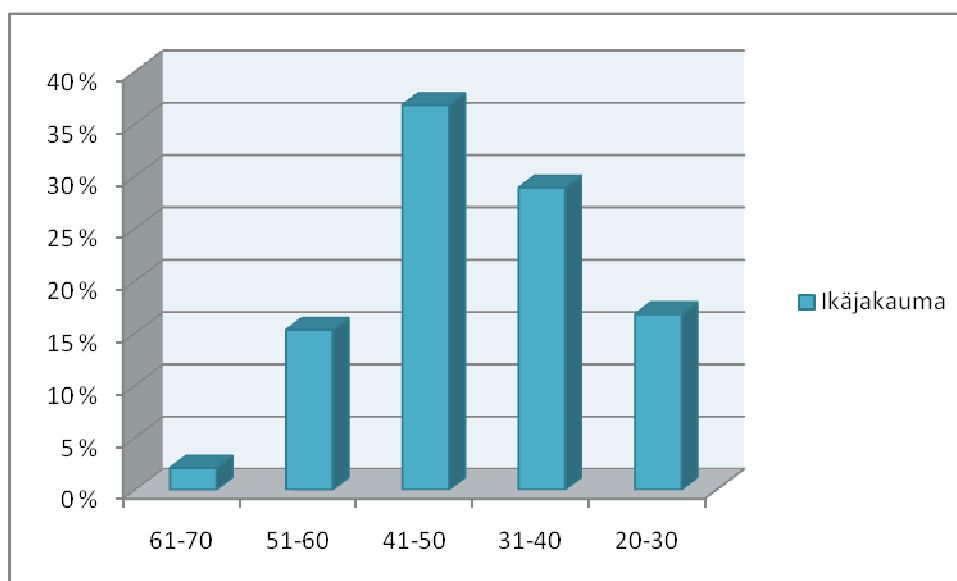
Kysely lähetettiin 642 sähköpostiosoitteeseen ja vastauksia saatiin 190 kappaletta. Vastausprosentti on 30%, joka on hieman keskimääräistä korkeampi. Petlinin (2007) mukaan sähköpostikyselyn normaali vastausprosentti on 20% luokkaa.

Sähköpostikyselyn edut verrattuna tavalliseen kyselyyn ovat sen nopeus ja alhaiset kustannukset. Haittapuolena on katoprosentin määrittely sekä huonosti täytetyt lomakkeet, jotka hankaloittavat automaattista vastausten käsittelyä. Tavallisiin postikyselyihin verrattuna vastausprosentti on huomattavasti alhaisempi. Lisäksi sähköpostin välityksellä lähetetyn kyselyn tutkimusjoukko rajautuu niihin, jotka käyttävät aktiivisesti sähköpostia. (Turun yliopisto 2007.)

Kyselyyn vastanneista 91,1% oli naisia ja 8,9% oli miehiä. Varmuudella ei voida tietää kuinka moni 642 vastaanottajasta oli mies ja kuinka moni nainen, koska kysely lähetettiin usein yrityksen yleiseen sähköpostiin. Näin ollen sukupuolten välistä vastausprosenttia ei voida tarkasti analysoida. Sukupuoli haluttiin kartoittaa, koska se vaikuttaa kirjan markkinointiin mm. kirjan visuaalisen ilmeen suunnittelun osalta.

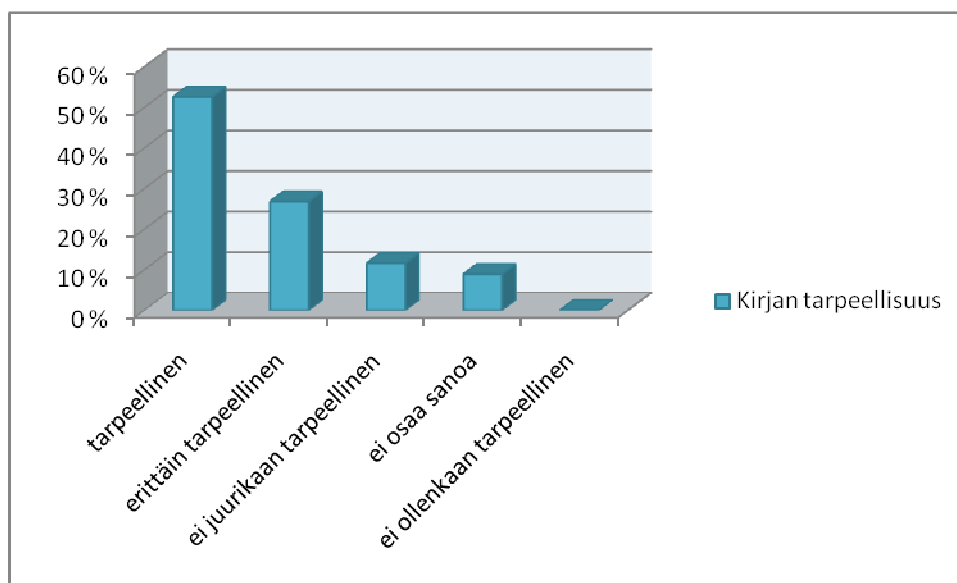
Suurin osa kyselyyn vastanneista oli iältään 30-50 vuotiaita. Ikäjakauma ei tullut yllätyksenä, sillä työelämässä on eniten 30-50 vuotiaita. Iän perusteella haluttiin tietoa siitä, missä muodossa (perinteinen kirja vs. internet) tietyn ikäryhmän edustajat sanakirjaa haluaisivat käyttää.

Taulukko 1. Ikäjakaumaa kuvaava taulukko.



Tarvekartoituksen oleellisin kysymys mittasi kirjan tarpeellisuutta. Lähes 80% vastaajista piti sanakirjaa tarpeellisena tai erittäin tarpeellisena, joten hankkeelle voidaan todeta olevan kysyntää.

Taulukko 2. Kirjan tarpeellisuutta kuvaava taulukko.



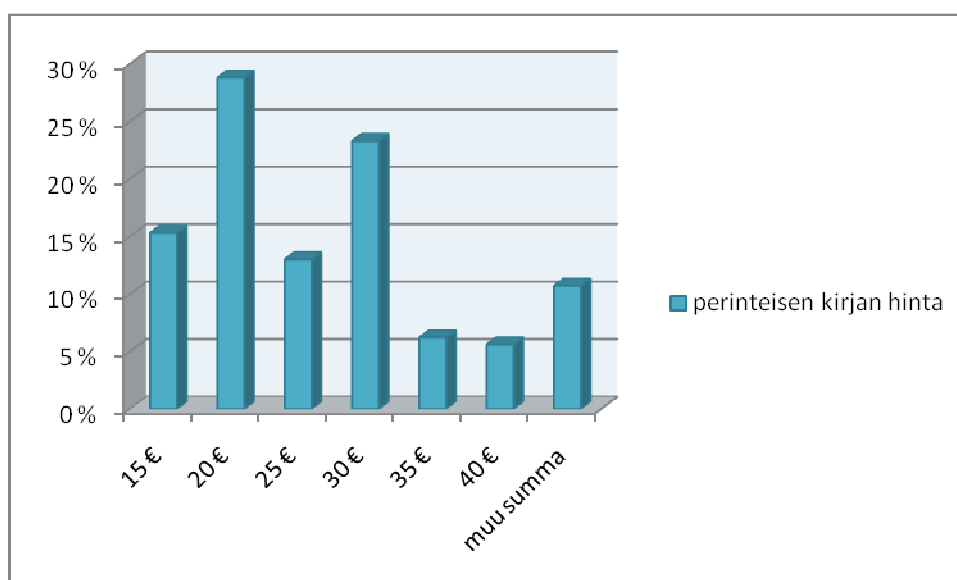
53,2% vastanneista käyttäisi sanakirjaa mieluummin internet versiona ja 46,8% kirjana. Ero tulosten välillä oli yllättävän pieni ja vaikuttaa suuresti hankkeen laatuun. Työparin käsitys ennen kyselyä oli, että noin 95% pitäisi internet versiota parempana vaihtoehtona, mutta tulosten ollessa tasaväkiset kirja saattaa olla parempi vaihtoehto. Kirjan mukana voisi esim. saada tunnukset ilmaiseen internet sanakirjaan tai muistitikkuun, joka sisältäisi sanaston.

Vastaajien mielestä kirja olisi parempi vaihtoehto, koska se on konkreettinen, kätevä ja aina käsillä. Kirja on helppo apuväline maahanmuuttajille ja kielellisistä vaikeuksista kärsiville. Kirjaa on helpompi pitää kassalla tai lainata työntekijöille kotiin, koska kaikilla ei ole konetta. Myöskään kassapisteessä ei välttämättä ole internetyhteyttä. Kirjan käyttäjän ei myöskään tarvitse odotella koneen lataamista. Kirja on arvokkaampi ja mahtuu pienempään tilaan.

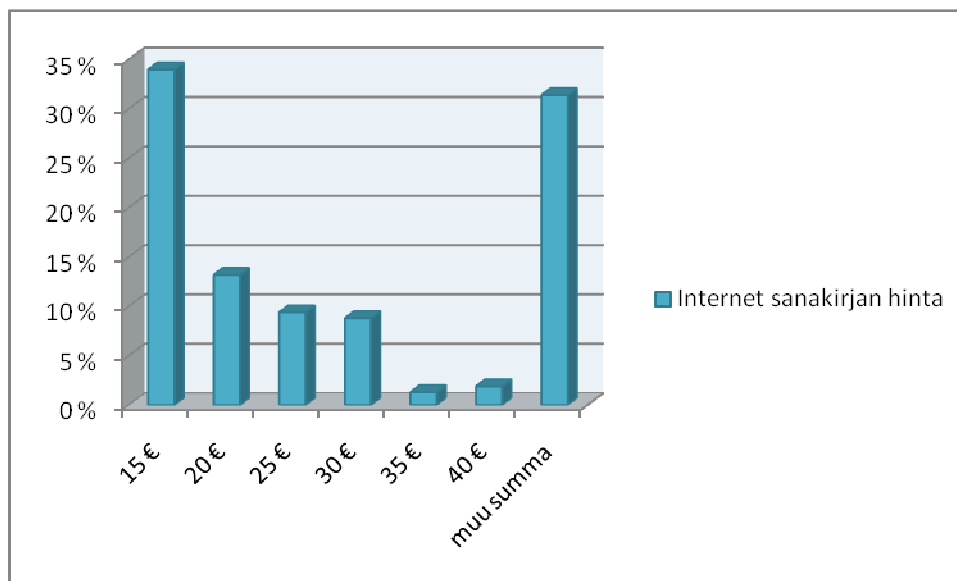
Internet puolestaan koettiin paremmaksi vaihtoehdoksi, koska se on aina käytettävissä. Tieto löytyy nopeasti ja helposti, eikä tarvitse kantaa kirjaa mukana. Sähköisen version päivittäminen on helpompaa ja halvempaa. Internet on nykypäivää vaikka teknologia onkin epävarmempaa. Internet sanakirja on käytännöllisempi ja nuorenpaa käyttäjäkuntaa ajatellen parempi. Monet vastaajat kokivat internetversion ja kirjan yhtä tärkeinä. Vastaajilta kysyttiin myös haluaisivatko he kirjaan esimerkkilauseita. 74,5% toivoi kirjan sisältävän esimerkkilauseita, joten niitä tullaan liittämään sanakirjaan.

Toinen erittäin olennainen ja hankkeen kannattavuuden kannalta merkityksellinen tieto oli se, ostaisivatko vastaajat kirjan ja millä hinnalla. 78,6% olisi valmis ostamaan kyseisen sanakirjan. Koska suurin osa olisi valmis maksamaan kirjasta, se kannattaa tehdä. Hankkeen kannattavuuteen ja laajuuteen vaikuttaa kuitenkin suuresti se, paljonko kirjasta oltaisiin valmiita maksamaan. Hintaa kysyttäessä suurin osa maksaisi perinteisestä kirjasta 20€ ja Internet sanakirjasta 15€.

Taulukko 3. Perinteisen kirjan hintaa kuvaava taulukko.



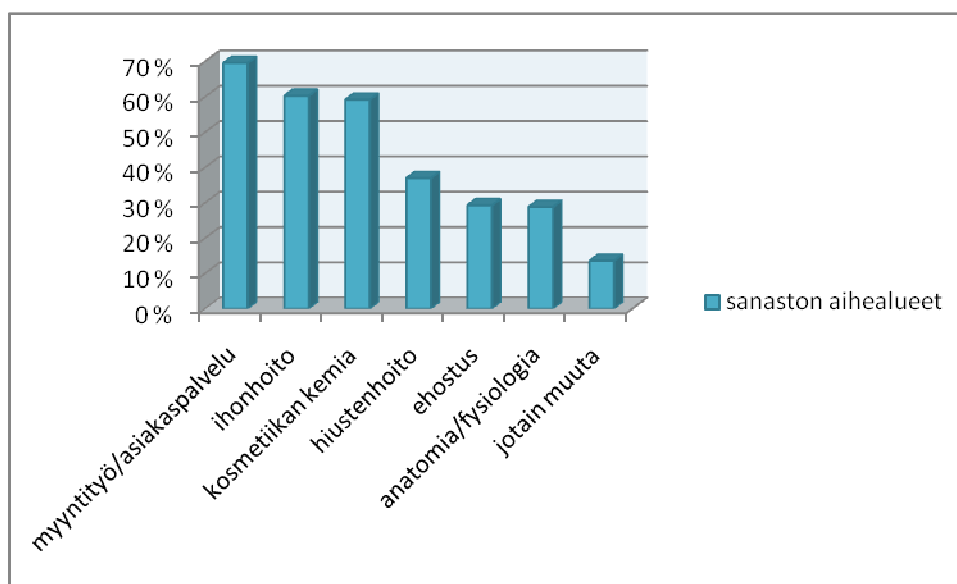
Taulukko 4. Internet-sanakirjan hintaa kuvaava taulukko.



Tuloksia analysoitaessa voidaan todeta, että internet sanakirjasta ei olla valmiita maksamaan niin paljon kuin perinteisestä kirjasta. Monet vastaajat eivät maksaisi internetissä olevasta sanakirjasta euroakaan. Tämä johtunee siitä, että internetissä on nykypäivänä paljon ilmaisia sanakirjoja. Toisaalta yli 60% olisi valmis maksamaan internetversiosta ja yli 90% maksaisi kirjasta, joten hankkeelle on olemassa selvä tarve ja ostohalukkuus.

Kyselyn avulla kartoitettiin myös sitä, missä tilanteissa sanakirjaa käytettäisiin. Vastaukset vaikuttavat sanaston ja esimerkkilauseiden sisältöön. Sanakirjaa käytettäisiin opetuksen työvälineenä, hoitotilanteissa, käännöstöissä ja kirjeenvaihdossa, markkinoinnin kehittämissä, tuoteselosteissa, koulutustilanteissa Suomeen muuttaneille, monikulttuurisessa työpaikassa, päivittäisissä asiakaspalvelutilanteissa, luennoilla, näytöissä, analyysikorteissa, yhteydenpidossa vientimaihien, tuntirakenteen uudistamisen apuna, omaksi iloksi, tuoksukuvausten markkinointimateriaalien teossa, artikkeleiden lukemisessa sekä ostatettaisiin opiskelijoilla. Sanaston toivottiin sisältävän kaikkia kysytyjä (taulukko) aihealueita.

Taulukko 5. Sanaston aihealueita kuvaava taulukko.



13,6% vastaajista ehdotti jotain muuta sanastoa kuten alan uutuuksia (ripsien pidennys, sokerointi), termatologiaa, laitesanastoa, raaka-aineita sekä työvaate ja -väline sanastoa. Yllättävää on, että melkein 70% vastaajista toivoi myyntityön ja asiakaspalvelun sanastoa, vaikka siitä aiheesta on jo paljon sanastoa saatavilla.

Kirjaan kerätään sanastoa kaikista edellä mainituista kategorioista. Kirjan lopullista laajuutta ei vielä tiedetä, joka vaikuttaa suuresti siihen voidaanko kaikkia aihealueita ottaa mukaan ja jos otetaan, niin kuinka laajasti. Voidaan kuitenkin todeta, että sanakirjan halutaan olevan ajantasalla, joten tämän hetken uutuushoitosten mukaanottaminen on merkityksellistä.

2.1.2 Tarvekartoituksen johtopäätökset

Kyselyn tuloksista selviää sanakirjalle olevan tarvetta. Kirjasta ollaan valmiit maksamaan kustannukset kattava hinta. Tämä on olennainen tieto kustannuslaskelmia ja hankkeen kannattavuutta arvioitaessa.

Tuloksista selviää myös, että kirjalle olisi käyttöä sekä perinteisenä kirjana että Internet versiona. Molemmat vaihtoehdot toteutetaan. Kyselyn avulla saatiin myös arvokasta tietoa koskien kirjan sisältöä. Kysely tehtiin englanti-suomi-englanti ammattisanakirjasta mutta sanakirja tulee sisältämään myös ranskan, saksan, venäjän ja ruotsin kieliset sanastot, koska kustantaja niin vaatii.

Kaiken kaikkiaan tuloksista selviää se positiivinen tosiseikka, että sanakirjan kehittäminen koetaan tarpeelliseksi. Tarvekartoituksen jälkeen opinnäytetyössä kehitetään kauneudenhoitoalan sanakirja sekä selvitetään sen markkinointia.

3 Sanakirjan tuottaminen kauneudenhoitoalalle

Tarvekartoituksen jälkeen etsittiin tarvittavia yhteistyökumppaneita, joita olivat kuvittaja, tietotekniikan osaaja, kääntäjät sekä kustantaja. Kustantajaa etsittiin sekä sähköpostitse että puhelimitse ja lopulta löydettiin hankkeesta kiinnostunut kustannusyhtiö Eduxes oy. Kustantajan kanssa sovittiin, että sanakirjan sisältö tuotetaan ensin valmiiksi, jonka jälkeen se tarjotaan kustantajalle. Kustantaja ei suostunut kustantamaan kielten kääntäjiä vaan työparin tuli löytää ammattilaiset, jotka tekevät työn veloitusetta. Tämän jälkeen allekirjoitetaan kustannussopimus.

Kuvittajaa etsittiin Turun ammattikorkeakoulun opintotoimistojen kautta, joista tiedusteltiin kuvitukseen liittyviä opintolinjoja. Tätä kautta sanakirjalle löydettiin kuvittajaksi muotoilun opiskelija Linda Huunonen. Tietotekniikan osaaja, Antti Silvennoinen, löydettiin myös Turun Ammattikorkeakoulun opiskelijoiden joukosta. Kääntäjien etsiminen oli haastavaa, sillä heillä oli edessään suuri työ määrä, josta ei voitu maksaa. Yhteyttä otettiin useisiin kielikeskuksiin mm. Turun, Helsingin, Tampereen, Joensuun, Kuopion ja Vaasan toimipisteisiin. Lopulta löydettiin englannin, ruotsin, ranskan ja venäjän kielen kääntäjät.

Saksan kieli oli ainoa, johon tarvittavaa kääntäjää ei löytynyt. Kustantaja lupasi hoitaa puuttuvan kääntäjän.

Seuraavaksi kerättiin sanakirjan sisältö eli suomesta muille kielille käännettävät ammattisanat. Toimintatapana käytettiin kauneudenhoitoalalta löytyvää kirjallisuutta sekä excel-taulukkoa. Sanastoa kerättiin ihonhoidon, ehostuksen ja hiusalan kirjoista. Tarpeelliseksi katsotut ammattisanat kirjattiin excel-taulukkoon aakkosjärjestykseen. Taulukosta näkee myös sanojen kokonaismäärän. Sanojen koonnin jälkeen ne luovutettiin kääntäjille. Sanojen keräämisen ohella suunniteltiin kirjan ulkoasua.

3.1 Ulkoasun suunnittelu

Visuaalinen suunnittelu pitää sisällään koko painoasun. Tämä käsittää julkaisun muodon, taiton, typografian, kuvituksen ja värit. Tarkoituksena on yhtenäistää ulkoasu, sillä jokainen yksityiskohta on osa isompaa kokonaisuutta. (Pesonen & Tarvainen 2001, 10-12.) Ulkoasun suunnittelussa tulee ottaa huomioon millainen viesti kirjan myötä halutaan välittää kohderyhmälle, ja etenkin kenelle julkaisu on kohdistettu. Sisällön ohella ulkoasulla on merkittävä osa mm. kirjan markkinoinnissa. Kirjan kansi kiinnittää ostajan huomion ensimmäisenä, joten ei ole yhdentekevää miltä se näyttää. Kansikuvan ja tekstin sijoittelun tulee olla tarkoituksen mukaisesti mietittyä. (Vakkuri 2005, 63.) Sanakirjan kansikuvan tulee puhutella kohderyhmän edustajia. Kauneudenhoitoalan ammattilaiset ovat visuaalisia, joten kansikuvan täytyy herättää visuaalisesti miellyttäviä tuntemuksia. Kansikuvan tulee myös liittyä kirjan aiheeseen ja tukea kirjan sisältöä. Tavoitteena on nostaa alan arvostusta ammattimaisella kansikuvalla sekä kuvituksella yleensäkin. Myös kirjan takakansi on tärkeä, sillä sen perusteella muodostuu mielikuva kirjan sisällöstä. Käytännön myyntitilanteessa kansikuva herättää asiakkaan mielenkiinnon mutta takakannen teksti ratkaisee ostopäätöksen. Tekstin tulee olla informoiva ja vakuuttava. (Tulisalo 2004, 302.) Sanakirjan takakannen teksti ei jätä paljon tilaa luovuudelle. Teksti tulee ennen kaikkea olemaan lyhyt, ytimekäs ja informatiivinen.

Värien ja kuvien suunnitteluun käytettiin apuna muotoilua opiskelevaa Linda Huunosta, joka loi toiveiden mukaisen tyylin. Kirja tulee olemaan pehmeä kantinen ja konkreettinen koko tulee riippumaan sanaston laajuudesta. Sanakirja tehdään mitä todennäköisemmin sidontatekniikalla. Se on kalliimpi kuin nidontatekniikka mutta käytössä kestävämpi. Sanakirja on kirjatyyppinä sellainen mitä selataan paljon, joten sen täytyy kestää käyttöä hyvin. (Vakkuri 2005, 78.) Sähköisen sanakirjan luonnista vastaa tietotekniikan opiskelija Antti Silvennoinen. Antin tehtävänä on toteuttaa selkeä ja helppokäyttöinen internetistä löytyvä sanakirja, jota pääsee käyttämään salasanan avulla. Linda ja Antti tekevät yhteistyötä, jotta sähköiseen versioon ja kirjaan saadaan yhtenäinen tyyli.

3.1.1 Kuvitus

Kuvitusta käytetään havainnollistamaan, tukemaan ja visuaalisesti täydentämään tekstiä. Se on tehokas ja vaikuttaa katsojaan luoden mielikuvia ja tunnelmia. (Pesonen & Tarvainen 2001, 49.) Kuvitus on mahdollista tehdä eri keinoin kuten piirtäen, maalaten tai valokuvin. Pääasia on, että kuvia katsoessaan lukija ymmärtää tekstin sisältöä paremmin.

Sanakirjan kuvitus sai alkunsa ideasta tehdä kirjasta lukijalleen hieman tavallista sanakirjaa viidytävämpi. Tarkoituksena on luoda ammattimainen kokonaisuus huumoria unohtamatta. Kaikki kirjan kuvat tulevat olemaan yksinkertaisia, dekoratiivisia ja painokuvatyyllisiä, joiden tarkoitus on pääasiassa elävöittää ja koristaa sanakirjaa. Kuvat kirjan sisällä tulevat olemaan koko sivun kokoisia (5kpl), joiden lisäksi tulee kansikuva. Kuvien teemana ovat tilanteet kauneudenhoitoalan toimintaympäristöstä. Jotta kuvista saadaan huomiota herättävät, lisätään jokaiseen kuvaan jokin liioiteltu yksityiskohta, kuten esimerkiksi ylipitkien irtoripsien kiinnittäminen (Kuva 1.). Kuvat tulevat näkyviin myös sähköiseen sanakirjaan.



Kuva 1. Linda Huunosen piirtämä kuva.

3.1.2 Värit

Värit ovat tärkeä osa tyylin visuaalista ilmettä ja luovat tietynlaisen mielikuvan kuluttajille. Värit vaikuttavat mielialaan ja yleiseen viihtyvyyteen sekä niiden avulla voidaan ilmaista tunteita. Värien kokemiseen vaikuttaa yksilön ominaisuudet kuten sukupuoli, syntyperä, ikä sekä henkilökohtaiset mieltymykset. (Laiho 2005, 20.)

Sopivat värit muotoituivat kirjan tyylin löytymisen myötä. Kaikki kuvat tulevat olemaan mustavalkoisia lukuun ottamatta kirjan kansikuvaa ja nettisanakirjan taustaa. Mustavalkoisiin kuviin päädyttiin, jotta saadaan tyylikäs ja selkeä vaikutelma. Kannessa väreinä tulevat olemaan musta, valkoinen ja tehosteväreinä turkoosininen sekä sinivihreä. Symboliikan mukaisesti valkoinen viestii puhtautta sekä laadukkuutta, ja musta väri puolestaan liitetään virallisuuteen. Turkoosi kertoo raikkaudesta, puhtaudesta ja luovuudesta. Vihreät sävyt viestivät elämästä ja kasvusta. Sininen luo mielikuvan viileydestä ja viattomuudesta. (<http://hlab.ee.tut.fi/hmopetus/vpsist/vpsist-oppimateriaali>.) Näillä värivalinnoilla halutaan viestiä painoksen asiallisuudesta ja

luotettavuudesta. Tavallista on että kauneushoitoalan julkaisut ovat väriltään hyvin tyttömäisiä, ja tätä haluttiin välttää.



Kuva 2. Suunnitelma kirjan kanteen.

3.1.3 Typografia

Typografialla vaikutetaan julkaisun sävyyn, tyyliin ja tunnelmaan. Se käsittää lähinnä kirjantypografian, mikä on kuitenkin varsin tärkeä osa-alue kokonaisuuden kannalta. Siinä otetaan huomioon mm. typografiset mitat, kirjainmuodot, tekstin asettelu, merkkivälit, rivit ja kappaleet. (Pesonen & Tarvainen 2001, 49.)

Kirjasintyyppin tulee tukea kirjan tyyliä ja sen tulee olla helppolukuista. Valinnassa tulee ottaa huomioon linjasuunta, jolla tarkoitetaan tekstin kaltevuutta sekä kirjainten paksuus eli kirjainmuoto. Kirjasintyyppit voidaan jakaa kahdeksaan pääluokkaan, joista perinteisimpiä ovat egyptiennet, groteskit,

antiikvat sekä goottilaistyylliset. Erikoisempiin kirjasintyypeihin kuuluvat kalligrafiset, multifontistot, digitaaliset instant-fontit ja fantasiakirjaimistot. Selkeyden kannalta on suositeltavaa käyttää vain muutamaa kirjasintyyppiä, vaikka valinnanvaraa on kymmeniä tuhansia. Valinnassa kannattaa muistaa kohderyhmä ja se millaisia mielikuvia kohderyhmälle halutaan viestiä. (Laiho 2005,18-19.)

Sanakirjassa käytettävästä kirjasintyypistä tehdään kustantajalle ehdotelma, joka sopii kokonaisuuteen. Tarkoituksena on käyttää muutamaa eri kirjasintyyppiä kannessa, ilmeikkään tyylin luomiseksi. Kirjan sisällä käytetään ainoastaan yhtä kirjasintyyppiä, jotta sanasto on mahdollisimman selkeä. Muut typografian osa-alueet annetaan kirjapainon päätettäväksi, sillä heillä on asiantunteva näkemys asiasta.

3.1.4 Taitto

Taiton avulla voidaan jäsentää, herättää lukijan kiinnostus ja tehdä tekstistä helposti luettavaa. Suunnittelussa otetaan huomioon asetelumalli, joka sisältää marginaalit, palstat ja mittasuhteet. Asetelumallin avulla ulkoasusta saadaan yhtenäinen ja se toimii sivusommittelun perustana. Suunnitelmassa määritellään sivun jakaminen apulinjoja käyttäen tukiruudukoksi. Tähän ruudukkoon voidaan sijoittaa tekstejä tai kuvia halutulla tavalla. Apulinjat eivät tule näkymään painetussa tuotoksessa. Tukilinjojen avulla puolestaan voidaan järjestellä mm. otsikoita, kuvatekstejä ja muita taiton osia. (Soili Pesonen & Juha Tarvainen 2001, 14-17.)

Marginaaleilla tarkoitetaan sivun ja tekstin välistä etäisyyttä. Ne antavat kehukset aineistolle ja marginaalien leveydellä voidaan merkittävästi vaikuttaa julkaisun tunnelmaan. Liian ohuet marginaalit tekevät sivun ilmeestä synkän ja raskaan luettavan. Leveät marginaalit puolestaan tekevät tekstistä helposti luettavan ja antaa kevyen vaikutelman. Marginaaleja voidaan käyttää myös

hyväksi ja sijoittaa niille esimerkiksi ylä-tai alapalkkeja sekä sivunumerot. Marginaalien on järkevää säilyttää samat mittasuhteet läpi tuotoksen, jotta linja pysyy yhtenäisenä. (Pesonen & Tarvainen 2001, 14-17.)

Palstojen määrän suunnittelussa täytyy huomioida sivukoko sekä tekstin määrä. Mitä leveämpiä palstat ovat sitä helpompi tekstiä on lukea. Tasapalstaksi kutsutaan palstaa, jonka reunat ovat tasaisia. Tämä saavutetaan kirjainten välien joustolla. Ongelmaksi tasapalstassa voi nousta se, että sanojen välille jää suuria aukkoja, joka vaikeuttaa lukemista. Muita palstamuotoja ovat oikea liehu, vasen liehu ja keskitetty. Oikeassa liehussa vasen reuna on tasainen ja oikea reuna epätasainen ja vasemmassa liuhussa tasaukset ovat päinvastoin. (Pesonen & Tarvainen 2001, 38.)

Sanakirjan taitosta suunnitellaan luonnos, joka esitetään kustannusyhtiölle. Luonnos toimii käsikirjoituksena taiton tekijälle. Suunnitelmana on tehdä joka sivulle kaksi oikean puoleista liehupalstaa vierekkäin riittävällä marginaalilla. Sanakirjan taitosuunnitelma on tavanomaisesti hyvin selkeä ja yksinkertainen, jolloin kirjasta tulee helppolukuinen. Sama suunnitelma toistuu koko kirjan läpi niin käännettyjen sanojen kuin esimerkkilauseidenkin kohdalla. Poikkeuksena ovat sivut, joihin tulee koko sivun kuvitus. Silloin on hyvä käyttää vain yhtä palstaa ja keskittää kuva.

3.1.5 Mielikuvat

Mielikuvilla on sanakirjan suunnittelussa suurempi painoarvo kuin voisi kuvitella. Kirja ja sähköinen sanakirja eivät ole esillä pelkästään myytävänä tuotteena, vaan niihin liitetään useita kerroksia. Kerroksilla tarkoitetaan mielikuvakerroksia, jotka koostuvat sanakirjan nimestä, kirjasintyypistä, väreistä ja muista tyyllitekijöistä. Harhaanjohtava nimi saattaa ratkaista myyntitilanteen negatiivisesti kirjan tekijän kannalta. (Vakkuri 2005, 88-89.) Sanakirjan nimeä mietittäessä oli täysin selkeää, ettei nimellä lähdetä kikkailemaan vaan nimestä

tulee selvittää selkeästi mikä ja mille alalle tarkoitettu kirja on kyseessä. Mielikuvakerros toimii myytävän tuotteen valttikorttina ja sen avulla saadaan luotua markkinoille haluttava tuote. (Laiho 2005,10-11.)

Näihin seikkoihin pohjautuen sanakirjan ulkoasulla pyritään vaikuttamaan ostajiin tarkoituksen mukaisesti. Asiakas halutaan saada tuntemaan, että hän saa paljon enemmän kuin pelkän sanakirjan. Ostaja saa visuaalisesti kauniin ja mielenkiintoisen teoksen, joka lisäksi sisältää käännettyjä esimerkkilauseita työelämän tilanteisiin. Mikä parasta kirjan ostaessa saa mahdollisuuden käyttää sanakirjaa myös sähköisessä muodossa. Julkaisun ulkoasu vaikuttaa oleellisesti markkinointiin mutta sen lisäksi huomiota täytyy kiinnittää moniin muihinkin markkinointitoimenpiteisiin.

4 Sanakirjan markkinointitoimenpiteitä

Viestintätilaston mukaan Suomessa ilmestyy vuosittain noin 13 000 kirjaa. Kirjojen markkinointityön tulee olla systemaattista ja huolella mietittyä, jotta myyntiä syntyy. Kirjan mieltäminen tuotteeksi saattaa olla vaikeaa, sillä tekijät kokevat kirjan sielukkaaksi. Tuotteistaminen on kuitenkin tärkeää, sillä ilman sitä kirjan kulku tekijältä lukijalle ei ole mahdollista. Varsinkin suurissa kustannusfirmoissa kustannustoimintaa tehdään kokonaisuutena, joka käytännössä tarkoittaa sitä, että kokonaisvalikoima ja kirjailijasuhteiden ylläpito vaikuttavat kustannuspäätökseen. Tästä johtuen valikoimiin otetaan sellaisiakin kirjoja, joiden taloudellinen tuotto vaikuttaa huonolta.(Tulisalo 2004, 295.)

Kauneudenhoitoalan sanakirjan kustantaa pienkustantamo Eduxes Oy, joka julkaisee hius- ja kauneudenhoitoalaan liittyviä kirjoja ja artikkeleita. Kustannuspäätös perustuu ennenkaikkea kannattavuuslaskelmiin. Sanakirjan idea koetaan hyvänä mutta jos kannattavuuslaskelmat jäävät pakkasen puolelle kirjaa ei julkaista. Pienkustantamoilla ei ole varaa ottaa valmiiksi tappiollista

teosta listoillensa, koska ei ole muita teoksia jotka kompensoisivat tappiollisen kirjan heikkoa myyntiä.

Markkinoinnin suunnittelussa on tärkeää asettaa realistiset tavoitteet myynnin ja tulojen suhteen. Tämän jälkeen mietitään markkinointistrategiat. Suunnitelmien ollessa selvillä tehdään toimenpideohjelma, jonka tulee olla yksityiskohtainen aikaan sidottu suunnitelma. Lopuksi suunnitelmat tarkastetaan ja tehdään jatkosuunnitelmat. (Vakkuri 2005, 78-79.) Kustannus- ja myyntiarvioista huolimatta kirjan menestystä on vaikeaa arvioida etukäteen. (Niinikangas & Luukkanen 2001, 93.)

Kirjan markkinointi kannattaa aloittaa hyvissä ajoin ennen kirjan varsinaista ilmestymistä. Ensimmäinen käytännön markkinointitoimenpide Suomessa on kirjan ilmoittaminen Finnbooks-tietokantaan. Tämä järjestelmä on kaikille kustantajille avoin ja toimii kirjavälityksen verkkosivuilla. Tietokantaan ilmoitetaan kirjan nimi, tekijä(t), toimittaja, ISBN, hinta, ilmestymisaika ja kustantaja. Lisäksi tietokantaan voidaan tallentaa tietoa kirjan sisällöstä, kirjaa kuvaavia asiasanoja, kirjastoluokka, tietoa kuvituksesta sekä esittelyteksti. (Tulisalo 2004, 301.)

ISBN tarkoittaa kirjan kansainvälistä standardinumeroa ja se tulee löytyä jokaisesta kirjasta. ISBN-numero toimii kirjan tunnistusnumerona. Numero on ilmainen ja sen saa Helsingin yliopiston kirjaston Suomen ISBN-keskuksesta. Tunnusnumero on 13-merkinen ja identtinen kirjoissa käytetyn EAN-viivakoodin kanssa (Huttunen 2004, 333.) Jokaisesta kirjasta tulee löytyä myös EAN viivakoodi. Koodin voi hankkia sen jälkeen kun kirjalla on ISBN-numero. Kirjapainon kanssa voi tehdä sopimuksen viivakoodin painattamisesta kirjaan tai kustantaja voi tilata kirjanvälitykseltä EAN-tarroja, jotka liimataan kirjoihin jälkikäteen. Sanakirjan ISBN-numeron ja EAN-koodin hoitaa kustantaja. (Vakkuri 2005, 102.)

Suomessa kirjakauppa on vapaata. Määrähintajärjestelmästä on luovuttu ja kirjojen myyjät saavat itse päättää ulosmyyntihinnan. (Tulisalo 2004, 304.) Hinta ei saa olla liian korkea mutta ei myöskään liian matala. Jakelun ja

jälleenmyynnin osuus sekä markkinointikulut täytyy laskea realistisesti. Tärkeää on huomioida myös ilmaiskappaleet, joita aina jonkun verran joutuu antamaan. (Vakkuri 2005, 85.)

Suomessa kirjojen myynnin sesonkiaika sijoittuu syksylle. Tämä kannattaa huomioida kirjan ilmestymisajankohtaa ja markkinointia mietittäessä. Usein kustantajat julkistavat syksyn kirjavalikoimansa elo-syyskuussa. Tällöin julkistamisessa käytetään sekä tiedotuksen että markkinoinnin keinoja. Keväällä järjestetään myös julkistamistilaisuuksia mutta pienemmällä kapasiteetillä. (Tulisalo 2004, 304-305.) Sanakirjan julkaisu kannattaa sijoittaa ammatillisten oppikirjojen markkinoinnin mukaan joko huhtikuulle tai yleisen kirjallisuuden mukaan syyskuulle. Huhtikuussa julkaistuun materiaaliin opettajat voivat tutustua etukäteen ja ostattaa kirjan opiskelijoillaan ennen syksyistä koulun alkua. Toisaalta sanakirja ei ole varsinainen oppikirja, joten pitkää tutustumisaikaa tuskin tarvitaan.

Kustantajalla on markkinointiosaamisensa mutta etenkin tietyille ammattialalle tarkoitetun tietokirjan tekijä tuntee kohderyhmänsä parhaiten. (Tulisalo 2004, 296.) Sanakirjaa koottaessa kustannustoimiston kanssa on tehty tiivistä yhteistyötä, jotta kirjasta saadaan kaikkia osapuolia tyydyttävä kokonaisuus ja markkinointi onnistuu parhaalla mahdollisella tavalla. Erikoiskirjallisuudeksi luokitellaan rajattujen ammattiryhmien käyttöön tarkoitetut teokset, kuten kyseinen sanakirja. Niiden markkinointiin tarvitaan erilaista osaamista kuin yleiskirjallisuuden markkinointiin. Suomessa asiantuntijaryhmät koostuvat usein vain muutamista tuhansista henkilöistä. Tämän takia markkinoinnin tulee olla valtakunnallista, jotta kannattavaa myyntiä saadaan aikaiseksi. Erikoiskirjallisuuden teoksista valtaosa myydään koulutusmateriaaliksi tai yhdistyksen jäsenille. (Tulisalo 2004, 308.)

Kustannusfirma Eduxesin ihmiset ovat kauneudenhoitoalan ammattilaisia, joten sekä sanakirjan tekijät että kustantaja tuntevat kohderyhmän sekä alan tarpeet erinomaisesti. Tämä on yksi sanakirjan markkinoinnin valttikorteista. Markkinointia edesauttaa projektin alussa tehty tarvekartoitus, sillä kirjan tarpeellisuuden mittaamisessa käytettyä sähköpostilistaa voidaan hyödyntää

kirjan suoramarkkinoinnissa. Suoramyyntin apuna voidaan käyttää myös puhelinmyyjä. Lisäksi useiden kustantajien verkkosivuilta on mahdollista tilata kirjoja. Tämä mahdollisuus on myös Eduxes Oy:n kohdalla.

Lopuksi vielä todettakoon, että kustannusohjelman toteutuminen ilmoitetussa aikataulussa ja laajuudessa ei valitettavasti toteudu juuri koskaan. Tietojen paikkaansapitävyyteen tulee kiinnittää huomiota ja muutokset täytyy korjata välittömästi. (Tulisalo 2004, 303.) Lisäksi tulee huomioida, että kirjojen myyntimenestyksen takana on muitakin asioita kuin toimiva markkinointi. Kirjassa täytyy olla ”sitä jotakin”, joka saa tiedotusvälineet ja lukijat kiinnostumaan kirjasta, eikä tähän voi kustantaja juurikaan vaikuttaa. Kirjojen ostopäätökseen vaikuttaa eniten tuttavien antamat vinkit, lehdistön arvostelut, asiantuntijaluennot ja kirjakauppakäynnit eikä niinkään suora mediamainonta. (Tulisalo 2004, 306.) Tiedotus ja markkinointi edesauttaa tätä toivottua myyntiprosessia mutta vastaanottoa on vaikea tietää ennakkoon.

5 Lopuksi

Opinnäytetyön tavoitteena oli luoda ammattisanakirja kauneudenhoitoalalle. Jo työn alkuvaiheessa tiedostettiin, että työ on laaja ja monivaiheinen kokonaisuus. Hankkeeseen haluttiin kuitenkin ryhtyä, koska se koettiin tärkeäksi kauneudenhoitoalan kehittämistä ajatellen. Sanakirja ideana sai monilta tahoilta kannustusta jo ennen työn aloittamista. Mielenkiintoisesta ideasta kertoo myös se, että eri alojen ammattilaiset suostuivat antamaan oman työpanoksensa ja ammattiosaamisensa työparin käyttöön veloituksetta.

Tarvekartoitus, jolla nimensä mukaisesti mitattiin sitä, koetaanko sanakirjalle olevan tarvetta ja ollaanko siitä valmiita maksamaan valmistuskulut kattava hinta, loi pohjan koko hankkeelle. Pilottikyselyn tekeminen oli tärkeää kyselyn luotettavuuden kannalta ja sen kautta kyselyä saatiin kehitettyä

merkityksellisemmäksi. Kyselyn suunnittelu, webropol- ohjelman käyttäminen, kohderyhmän sähköpostiosoitteiden etsiminen ja vastausten analysoiminen vei aikaa suunniteltua kauemmin. Kohderyhmän sähköpostiosoitteita etsittäessä oli yllättävää huomata, kuinka vähän sähköpostiosoitteita oli saatavilla. Osoitteiden kokoaminen oli hidasta mutta lopputuloksena saatiin kerättyä laaja osoitelista. Saatujen vastausten määrä oli normaalia sähköpostikyselyä korkeampi, joten vastausprosenttiin voidaan olla tyytyväisiä. Myös vastausten tulokset olivat hankkeen kannalta positiivisia. Koko työn kannattavuus pohjautui tarvekartoituksen tuloksiin, joten pohjatyö tehtiin huolellisesti. Tarvekartoitukselle asetetut sisällölliset tavoitteet täyttyivät kaikilta osin vaikka aikataulu hieman venyikin. Tarvekartoituksen tekeminen vaati pitkäjänteisyyttä ja loogisuutta sekä harjaannutti työparin tietoteknisiä taitoja webropol- ja excel-ohjelmia käyttämällä.

Sanakirjan sisältöä kerättiin samanaikaisesti kun etsittiin yhteistyökumppaneita kirjan kuvitukseen, kääntämiseen ja nettiversion toteuttamiseen. Kustantajan löytäminen vei aikaa ja lopulta oltiin siinä tilanteessa, että kuvitus oli valmiina ennen kustantajan varmistumista. Kustantaja puolestaan löytyi ennen suomenkielisen sanaston valmistumista. Kaikkea tehtiin yhtä aikaa, joten asiat valmistuivat ns. väärässä järjestyksessä. Epäloogisuudesta johtuen mm. jo syksynä löytynyt nettikoodaaja on odotellut työlupaansa puolivuotta. Sähköistä versiota ei kannata tehdä ennen kustantajan virallista suostumusta. Kustantaja halusi sanakirjaan englannin kielen lisäksi neljä muuta kieltä, joten uusien kääntäjien etsintään meni lisää aikaa. Tavoitteet suomenkielisen sanaston keräämisen osalta täyttyivät. yhteistyökumppaneiden hankkimiseen liittyvät tavoitteet ylittyivät täysin, sillä saimme vakuutettua monta alansa ammattilaista siitä, että tähän projektiin kannattaa lähteä mukaan.

Sanakirjan visuaalisen ilmeen suunnittelu valmistui ennen suomenkielisen materiaalin valmistumista. Työpari oli yhtämieltä väreistä ja kuvituksen tyylistä. Sanasto olisi kuitenkin kannattanut kerätä valmiiksi ennen kuvituksen suunnittelua, koska kustantaja halusi valmiin sanastomateriaalin ennen kustannussopimuksen allekirjoittamista. Vasta sopimuksen allekirjoittamisen

jälkeen mietitään kuvitusta, johon kustantajalla on oikeus sanoa viimeinen sana. Kirjan visuaalisen ilmeen suunnittelu ja yhteistyökumppaneiden hankkiminen vaativat luovuutta ja neuvottelutaitoja sekä toisten ihmisten kunnioitusta. Vaikka kuvitus työparin mielestä on loistava niin kustantajalla on oikeus hylätä se ja vaatia mieleisensä ulkoasu kirjalle.

Monivaiheisessa projektissa on tärkeää hahmottaa kokonaisuus. On mietittävä, mitä tarvitaan missäkin vaiheessa ja ymmärrettävä että, mitä enemmän yhteistyötahoja työskentelee saman projektin kimpussa sitä hitaampaa työn valmistuminen on. Kirjan tekemisessä tärkeintä ei ole nopeus vaan laatu. Kun tavoitteena on alan arvostuksen nostaminen niin sanakirjan laadun valvominen nousee prioriteettilistalla korkealle. Sanakirjan tekeminen antoi mahdollisuuden perehtyä uuteen aihealueeseen ja sitä kautta kehittyä estenomina monipuolisemmaksi. Huolellinen perehtyminen aiheeseen toi lisää ammatillisia valmiuksia ja syvällisemmän ajattelutavan. Tämä oli kokonaisvaltainen projekti, jossa tarvittiin loogisuutta, pitkäjänteisyyttä ja luovuutta sopivissa suhteissa. Kirjaa voi jatkossa laajentaa muillekin kielille jos tarvetta ilmenee. Lukija, joka työskentelee kauneudenhoitoalan parissa voi käyttää sanakirjaa monipuolisesti hyödykseen oman ammattitaitonsa kehittämisessä.

LÄHTEET

Campbell, K. 1999. Collecting information: Qualitative Research Methods for Solving Workplace Problems. Viitattu 17.1.2011. <http://core.ecu.edu/engl/southards/6701/ftp/qual4.pdf>.

Huttunen, M. 2004. ISBN (INTERNATIONAL STANDARD BOOK NUMBER). Teoksessa Makkonen, T. (toim.) Kustannustoimittajan kirja. Jyväskylä: Gummerus, 333.

Hölttä, T. & Savonen, M. 1997. Muutosvoimana laatujohtaminen. Helsinki: Oy Edita Ab.

Laiho, S., 2005. Yrityksen visuaalisen linjan ja tavoiteimagon luominen. Opinnäytetyö. Kauneudenhoitoalan koulutusohjelma. Turku: Turun ammattikorkeakoulu.

Niinikangas, V. & Laukkanen, M. 2001. Ajatukset käyttöön. Julkaisijan käsikirja. Turku: Oy Enoston.

Pesonen, S & Tarvainen, J. 2001. Julkaisun tekeminen. Jyväskylä: Gummerus.

Petlin Tuomas, kasvatustieteen pro gradu -tutkielma. Turun yliopisto 2007. Tietoverkkoja käyttävän opettajan näkökulma. Viitattu 20.6.2010. www.tkukoulu.fi/~tpetlin/gradu/gradu.html.

Tulisalo, T. 2004. Kirjan myynti ja markkinointi. Teoksessa Makkonen, T. (toim.) Kustannustoimittajan kirja. Jyväskylä: Gummerus, 295-313.

Vakkuri, K. 2005. Omakustantajan käsikirja. Saarijärvi: Gummerus.

Verkkopalvelun sisällöntuotanto –oppimateriaali 2008. Viitattu 29.9.2010. <http://hlab.ee.tut.fi/hmopetus/vpsist/vpsist-oppimateriaali>. >Visuaalinen suunnittelu > Värien merkitys.

Sanakirjan lähteet

Campo, R & Nummelin, N. 2005. Meikkiopas. Helsinki: Otava.

Hagros-Koski, A. 1997. Hiusten hyvinvointi. Hiustenhoito-oppikirja hiusalan ammattilaisille. Yliopistopaino: Helsinki.

Harri Willamo, 1994, Kosmetiikan Kemia, 4-7.painos, Keuruu , Kustannusosakeyhtiö Otava.

Irmeli Liukkonen ,1992, Jalkojen hoidon perusteet, Helsinki, Valtion painatuskeskus.

Irmeli Liukkonen & Riitta Saarikoski, 2007,2008, Terveet Jalat, 1.-2-painos, Helsinki, Kustannus Oy Duodecim.

Kalervo Salo, 2008, Mökkisaunojan opas, Jyväskylä, Kopijyvä Oy.

Kannisto-Junka, T & kokko, E. 2006. Puuteria & Papiljotteja. Kauneuden, kosmetiikan ja kampaamoalan historia. Helsinki: Pinni-lehti/ Lareas Oy.

Kara, R & Oksaharju, K & Oksman, M. 2008. Väriä ja kiharaa. 1.painos. Helsinki: WSOY.

Katie Spiers, 1998, Luonnollinen tie kauneuteen, Anuirmeli Sallamo (1999). Sivunvalmistus Keski-Suomen Sivu Oy, painettu Kiinassa.

Kristiina Ounapuu ja Anu Ranta, 1984, Kosmetiikkaa kotikonstein, Porvoo, Werner Söderström Osakeyhtiö, WSOY:n graafiset laitokset (Porvoo, Helsinki, Juva).

Luoma, T & Oksman, M. 2005. Hiukset. Leikkaaminen, kampaaminen ja kosmeettinen hoitaminen. 1.painos. Helsinki:WSOY.

Luukkainen, T & Raivio, T & väliaho, T. 2007. Meikkaus. 1.painos. Helsinki: WSOY.

Nordström, R. 2001. Esteettinen kirurgia. Helsinki: Otava.

Paarmas,T (toim.) Helsingin Allergia ja Astmayhdistys. Kosmetiikan sanasto. Helsinki: Helsingin Allergia- ja Astmayhdistys.

Päivi Eronen, 2007, Kylpijät The Bathers, Helsinki, Maahenki oy.

Sandra Morris, 1999, Kauneuden käsikirja, Taija Mård, Hämeenlinna, Karisto Oy.

Una Nuotio, 1997, Kerro kerro kuvastin kauneudenhoitoalan käsikirja, viides painos, Keuruu 2009, Otavan kirjapaino oy.

LIITTEET

LIITE 1

Sanakirja kauneudenhoitoalalle



1. Sukupuoli

- Mies
- Nainen

2. Ikä

- 20-30
- 31-40
- 41-50
- 51-60
- 61-70

3. Kuinka tarpeelliseksi koet kauneudenhoitoalan englanti-suomi sanakirjan (asteikolla 1-5)?

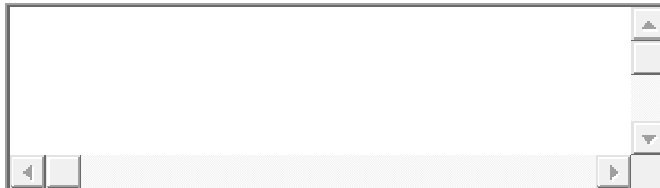
- 1 ei ollenkaan tarpeellinen
- 2 ei juurikaan tarpeellinen
- 3 en osaa sanoa

- 4 tarpeellinen
- 5 erittäin tarpeellinen

4. Käyttäisitkö sanastoa mieluummin kirjana vai ladattavana Internet-sanakirjana?

- kirja
- Internet-sanakirja

5. Perustele valintasi



6. Toivoisitko sanakirjan sisältävän esimerkkilauseita helpottamaan asiakaspalvelutilanteita?

- Kyllä
- Ei

7. Olisitko valmis ostamaan kyseisen tuotoksen?

- Kyllä
- Ei

8. Kuinka paljon olisit valmis maksamaan kirjasta?

- 15€
- 20€

25€

30€

35€

40€

Muu summa

9. Kuink paljon olisit valmis maksamaan Internet-sanakirjan käyttöoikeudesta?

15€

20€

25€

30€

35€

40€

Muu summa

10. Miten hyödynt isit sanakirjaa opiskeluissasi/työssäsi/opetuksessasi?

11. Minkä aihealueen sanastoa haluaisit sanakirjan sisältävän? (Valitse enintään kolme vaihtoehtoa)

kosmetiikan kemia

myyntityö & asiakaspalvelu

anatomia & fysiologia

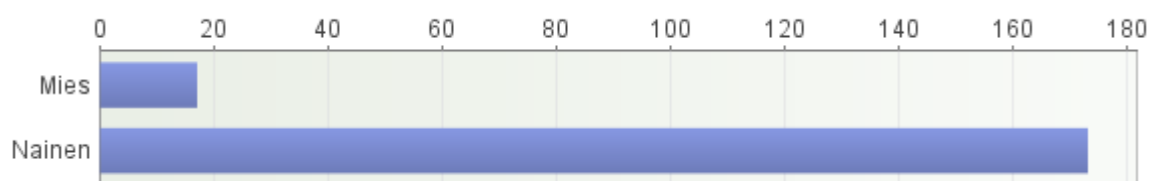
- ihon hoitaminen
- ehostus
- hiusten käsittelyt
- joku muu, mikä?

LIITE 2

Sanakirja kauneudenhoitoalalle

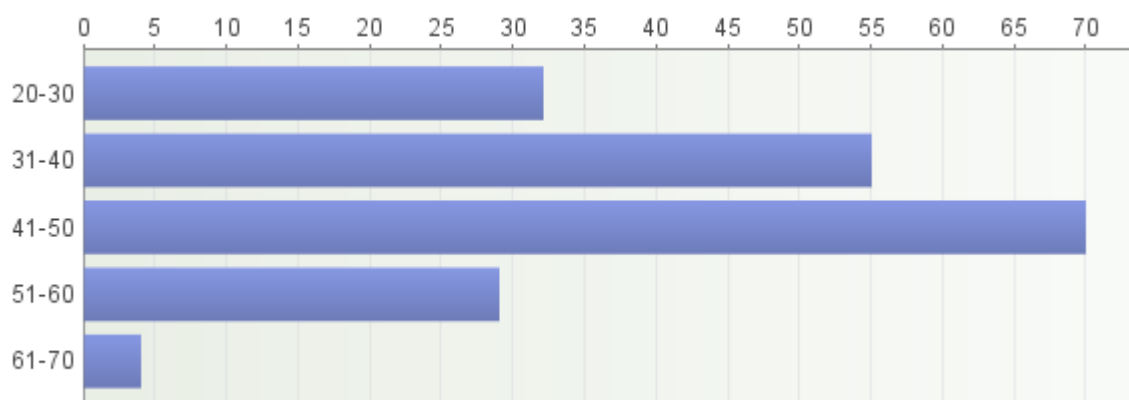
1. Sukupuoli

Vastaajien määrä: 190



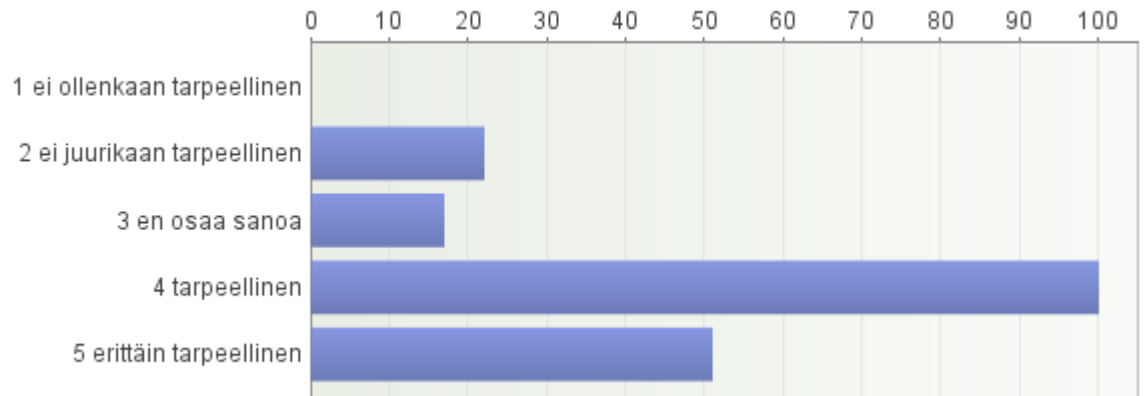
2. Ikä

Vastaajien määrä: 190



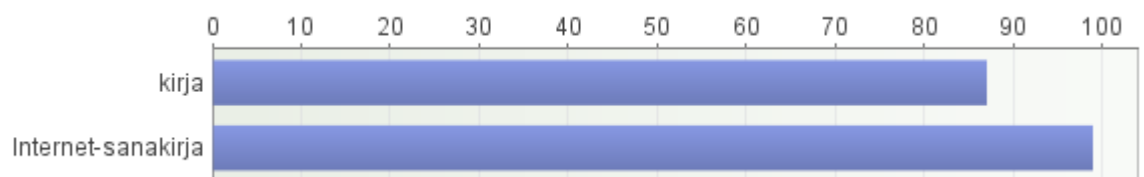
3. Kuinka tarpeelliseksi koet kauneudenhoitoalan englanti-suomi sanakirjan (asteikolla 1-5)?

Vastaajien määrä: 190



4. Käyttäisitkö sanastoa mieluummin kirjana vai ladattavana Internet-sanakirjana?

Vastaajien määrä: 186



5. Perustelee valintasi

Vastaajien määrä: 170

- tieto löytyy paljon nopeammin
- netti on aina käytettävissä
- Käyttäisin varmasti molempia, mutta internet-sanakirja olisi tietysti nopeampi.
- Työni kannalta helpompi ja nopeampi.
- Netissä on nyt jo lukuisia ihan ilmaisia sanakirjojen saatavilla esim Lassen Sanakirjat ja kymmeniä muita. Kukaan ei maksa sellaisesta.
- Käytän päivittäin internetiä ja tätä kautta sanakirjan käyttäminen olisi paljon helpompaa ja nopeampaa..
- Aina käsillä.
- Käytän jo nyt verkossa olevaa "ilmainen sanakirja" ja koen sen käytön helpommaksi kuin selattavan kirjan.
- Siitä voi tulostaa helposti silloin vain osia esimerkiksi. Liikkeessä esim. tulostettava versio olisi helpompi uskoisin.
- sitä voi lukea missä vain, esim. junassa!
- Kirjana olisi itselleni helpompi käyttää vaikkakin netti-kirja luultavimmin kustannustehokkaampi, edullisempi ja nykyaikaisempi ratkaisu.
- nopea
- aina ei ole tietokone lähettyvillä, siksi kirja on parempi
- Netistä olisi helppo katsoa missä tahansa.
- helposti saatavilla kun sitä tarvitsee, esim käännöstyötä tehdessä
- Veikkaan omaa ikääni, tykkään lukea konkreettista materiaalia
- Valinta oli vaikea, mutta nuorempaa käyttäjäkuntaa ajatellen kallistuin netin puolelle.
- helppo ottaa työpisteeseen mukaan
- Mieluiten sekä kirjana, että internetissä.
- Kirja on helpommin luettavissa ja kulkee mukana. Tietokone ei välttämättä ole aina käsillä kun tarvitsee.
- helpompaa, ei tarvitse kantaa kirjaa mukana työn ja vapaa-ajan välillä vaan sanakirjaa voi mennä katsomaan missä ja milloin tahansa
- helppo käyttää
- Kirja on aina hoitolassa käytettävissä. Internet versio myös erittäin tarpeellinen varsinkin netti sivuja päivitettäessä apuvälineenä
- Nopeampaa löytää sana koneelta kuin kirjasta.
- Helpompi laitata esim. työntekijöille kotiin, sillä kaikilla ei ole kotona konetta.
- Kirja on kassatyöskentelyssä käytännöllisempi. Kirja olisi helpompi pitää kassalla, koska meillä ei ole internet yhteyttä lähellä kassapistettä tai osastoa. Kassalta kirja löytyisi nopeasti kun sitä tarvitsee.
- käyttötarve lähinnä koneella, mutta kirjakin sopisi.
- Painettu versio saattaa olla jo julkaisuvaiheessa osiltaan aikaansa jäljessä. Sähköisen version päivittäminen ja ajantasalla pitäminen on huomattavasti helpompaa.
- Internet sanakirjasta on helpompi etsiä haluamaansa. Toisaalta kirjaa voi kuljettaa joka paikasa mukana.
- suomalaiset alle 30-vuotiaat peruskoulun käyneet omaavat aika hyvän englannin kielen, sitä vanhemmista kaikki eivät ole käyneet peruskouluakaan, joten tarvitsevat sanastoa.
- Helppo etsiä ja täydentää
- Kätevämpi tapa, versiopäivitykset ei luo uusia "painoksia", nettiin pääsee nykyään melkein missä vain eikä tarvitse erikseen kantaa kirjaa mukana.
- Kirja on helppoa pitää mukana kaikkialla, mutta kumpikin on käy ja molemmat hyviä
- nopea ja helppo tapa käyttää sanakirjaa
- Koen sähköisessä muodossa olevan sanakirjan nopeammaksi vaihtoehdoksi.
- Helppo apuväline myös maahanmuuttajille sekä kielellisistä vaikeuksista kärsiville.
- kirjasta olisi ehkä helpompi selata ja lukea.
- Helppo kantaa mukana. Mutta ei inter-versiokaan ole yhtään huono idea!
- Käännöstyössä hankalimpia ovat "uudet" termit ja sanonnat, joilla valmistajat pyrkivät

- kuvaamaan jotain ainutlaatuisia ominaisuuksia. Tällaisia ei kuitenkaan sanakirjaan teossa pysty ennakoimaan, siksi en näe sanakirjaa erityisen tarpeellisenä. Jotkin kemian ja anatomian käsitteet ovat joskus hankalia kääntää, joten siinä työssä ehkä kääntäisen nettiversioiden puoleen. Edellyttäen, että sitä pystyisi myös päivittämään kirjaa helpommin.
- Yleensä luennoilla tms. on tarvetta sanakirjalle tai esim. jotain esitettä luettaessa ja aina ei nettiä ole siinä saatavilla
 - Yleensä tarvitessani sanakirjaa on kyse jostakin tuotteesta josta haen tietoa netistä ja verkossa olevan sanakirjan käyttö on helppoa copy paste menetelmällä sen sijaan että selaa manuaalisesti kirjasta oikeaa kohtaan.
 - "netti on aina taskussa"
 - Tietää aina mistä löytää, perinteinen kirja helposti kateissa
 - sanakirja muistitikun muodossa olisi kaikkein paras, helppo kuljettaa eikä tarvi aina netti yhteyttä.
 - helppo ja nopea tapa käyttää. eikä tarvitse kantaa mukana
 - helpompi lukea, aina saatavilla
 - Nopea käyttöinen, vastaus tulee helposti
 - helppous
 - ymmärtäisin että sanan kääntäminen ja löytäminen on helpompaa ja nopeampaa netissä.
 - Todennäköisesti sanakirjatarpeen yllättäessä on lähempänä nettiä kuin sanakirjaa
 - ei ole hukassa, mutta toisaalta kirjakin on hyvä
 - Molemmat hyviä vaihtoehtoja. Käytännössä kirja helposti saatavilla tai helppo mukana kuljettaa
 - Olen työntekijäni kanssa paljon koneella, että käytän välillä mielelläni ihan perinteistä kirjaa apuvälineenä.
 - Aina ei ole tietokonetta käytössä
 - Jotta sitä voisi käyttää paikasta riippumatta
 - Nettiversioon on helpompi päivittää uusia sanoja ja se on muutenkin kätevämpi käyttää.
 - Helpompi katsoa kirjasta, jos sanat aakkosjärjestyksessä
 - Netistä on huomattavasti helpompi etsiä kuin kirjasta.
 - Internet-sanakirjana sen voisi tulostaa silloin jos tarvetta on, muuten voisi opiskella koneelta ja internetin kautta se olisi aina ulottuvilla :)
 - Kirja on helposti saatavilla, vaikka nettiyhteys ei toimisi / olisi saatavilla. Painetusta tekstistä on mielestäni mukavampi etsiä sanoja ja selailla, kun tietokoneen ruudulta.
 - Työ tapahtuu usein tietokoneella, joten internet-sanakirjasta voi nopeasti tarkastaa jonkun sanan merkityksen ja jatkaa taas työtä joka oli kesken koneella. Internet-sanakirjaa on myös helpompi (ja halvempi) päivittää uusilla sanoilla kuin kirjaa.
 - **HELPPOMPI KULJETTAA MUKANA**
 - jos tarvin jotain haen sen netistä
 - mukaan otettavissa helpommin
 - Helppoin ja nopein
 - aina ei ole mahdollisuutta käyttää internetiä ja konetta
 - toiseksi on vielä opiskelijoita, joilla ei ole omaa konetta käytössä kotonaan
 - -kirjana vie mahdollisesti pienemmän tilan
 - - kaikilla ei välttämättä nettiä käytössä
 - - luulisin, että joskus jopa nopeampi etsiä tarvittaessa, kuin netistä :)
 - Kirjallisuutta löytyy, mutta ei nopeasti käyttöön otettavaa nettisanakirjaa
 - kaikilla ei ole konetta työpaikalla ja vanhemmille ihmisille kirja olisi kätevämpi
 - Käytän päivittäin internetiä ja paljon, joten luontevinta on käyttää nettisanakirjaa
 - Työpaikalla ei ole internet-mahdollisuutta.
 - Ehkä helpompi käyttää...
 - käytän vähän nettiä työssäni, helpompi hakea kirjasta
 - Olen "vanha" jäärä ja mieluummin luen kaiken paperilta:) inhoan olla koneella.
 - Nykypäivää ja tieto löytyy nopeasti ja vaivattomasti
 - Helpompi kantaa mukana
 - Kaikki tieto löytyy nykyään netistä, helpompaa kun ei tarvitse hankkia fyysistä kirjaa.
 - kirja kulkee mukana paremmin
 - Pääsee nopeasti lukemaan, eikä tarvitse odotella kun kone lataa ja etsii.

- Helppo pitää mukana
- Monesti nettiä on helpompi käyttää ja sieltä löytyy nopeammin vastaukset.
- Olen työskennellyt alalla yli 20 vuotta ja tarvitsemani tiedot olen saanut ilman kyseisiä teoksia, mutta saataa olla että tieto olisi helpommin saavutettavissa kyseisen teoksen avulla.
- löytyy helpommin
- Hakunopeus
- Nopeampi käyttää. Toisaalta myyntityössä kaupassa esim. kirja olisi kätevämpi, jos konetta ei ole lähellä.
- en tarvitse, opiskelin alaa englannissa sassoolla ja sanasto on hallussa, opetin ammattisanastoa yms tepa impolan koululla ja kirja oli jonkunlainen pohjana jo silloin. opiskelijoille tärkeintä on puhuminen ja asiakkaan kohtaaminen vieraalla kielellä, ei kielioppi tai sanaluettelot/vaikeat amm.sanat. sujuva puhekieli siis ja suppea apusanasto riittää työssä.
- Ehkä helpommin mukana kuljetettava ja nopeammin löytyy paikassa kuin paikassa tietoa
- Itse en kirjaa tarvitse, mutta voin kuvitella, että molemmat ovat alalla tarpeen.
- Kirja on esim.työ yhteisössä aina tietyssä paikassa-heti saatavilla.Tietokoneen teknologia epävarmempaa.avaus kestää.netti yhteyteen pääsy..voi mitä vain eriskummallista tapahtua että et saa infoa juuri silloin sen kautta kun tarvitit.
- ihmiset käyttävät nykyisin enemmän tietokoneita - vertaa työpaikat ja kotitietokoneet
- aina ajan tasalla
(mikäli ylläpito olematonta, hidasta tai kallista kirja on kuitenkin parempi)
- Kirja on heti saatavilla. Jos haluaa sen saada netistä, etsi kone, käynnistä se ja hae eli menee aikaa turhaan.
- tottunut käyttämään sanakirjaa
helppo ottaa tarvittaessa mukaan, käyttää työmatkoilla junassa jne.
- Nettikäyttöinen on nopea ja helppo. Käytän konetta työssäni koko ajan, joten minulle se on luontainen valinta. Toki jossain tilanteissa jollekulle toiselle kirja on parempi vaihtoehto.
- Nettihaku on nopeampaa
- Useampi käyttäjä voi käyttää samaan aikaan
- Yleisesti ottaen netistä ladattavasta / netin kautta käytettävästä löytää tiedon nopeammin ja sen päivittämisen ainakin luulisi olemaan helpompaa
- Työskentelen tietokoneen kanssa päivittäin ja kannettava tietokone kulkee työnpuolesta aina mukana internet yhteyksineen, joten käyttömukavuus on silloin avainsana tietosanakirjalle.
- aina saatavilla
- Helpompi kaivaa esiin tarvittaessa, tilanteessa kuin tilanteessa.
- ammatti termien ymmärrys egl-suomi on tärkeä koska ihmiset sanovat ymmärtävänsä mutta oikeasti ei.. tekniikat ja ideat eivät sitten välttämättä toimi oikein
- Käytännöllisempi. Työssäni en tarvitse englannin kieltä kovinkaan paljon, siksi sähköisenä parempi.
- Helppokäyttöinen.
- Valitsisin molemmat vaihtoehdot 4 kohdassa. Kätevä netin kautta etsiä kun tekee koneella töitä ja kirja saattaa jäädä matkasta. Kirjaa ei mikään toisaalta korvaa, jos konetta ei voi ottaa mukaan ja olet paikassa, jossa sanoja tarvitsit esim. ulkomailla.
- kirja on nopeampi silloin kun kone ei ole auki
- Työt/käännökset jne tehdään poikkeuksetta tietokoneen äärellä, joten internet-versio helpompi.
- perinteinen parempi, töissä ei välttämättä tietokonetta käytössä
- Voi kuljettaa mukana koska ei ole läppäriä
- Nopeampi käyttää käännöksiä tehdessä. Helpommin päivitettävä.
- Hoitoa tehdessä ei useinkaan ole PC vieressä mutta molempi parempi?!
- Sitä olisi helpompi päivittää kuin kirjaa. Tämän vuoksi se olisi luottavampi vaihtoehto ja aina ajantasalla.
- Luulisin, että se kuitenkin käytössä olisi kätevämpi ja nopeampi.
- kirjan saa nopeesti esille, vaikka tiskillä.
- Nopeampi tapa.

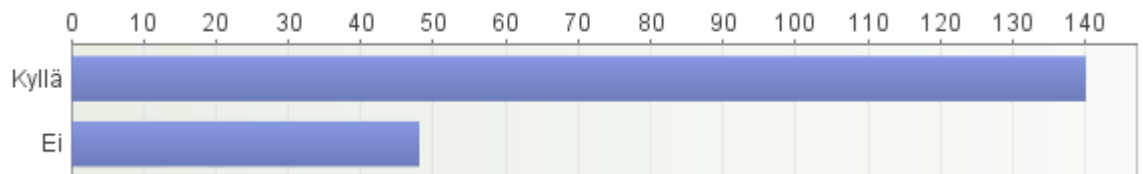
- Helpompi ja nopeampi käyttää internet-sanakirjana.
- helpompi
- Kevyt kujeuttaa mukana - voi käyttää aina silloin, kun tarvitsee
- Helpompi lukea ja käsien ulottuvilla
- Kirja on arvokkaampi ja helppo ottaa käteen, kun tarvitsee.
- helppo saatavuus
- helpompi pitää mukana työskennellessä. Internet- sanakirjana toimisi toki myös.
- kirja on nopeampi työpaikalla tai helppo ottaa mukaan vaikka koulutuksiin, nettiin ei aina ole pääsyä
- ehkä molemmat olisi hyvä
- En osaa vastata kumpaa käyttäisin enemmän, tykkäisin molemmista...
- molemmat vaihtoehdot ovat tarpeellisia
- kirja nopeammin käsillä
- Vaikka kirjan tiedot vanhenevatkin nopeasti, olisi kiva selata kirjaa. Mukavaa olisi, ettei kaikki olisi kiinni tietokoneesta.
- Itse teen kauneuden alan suomennoksia ja käytän paljon eri alojen sanastoja. Työtä tehdessä on helppoa pitää sanakirja ohjelmat taustalla auki, jolloin voi käyttää montaa sanakirjaa samanaikaisesti. Kirjoista selaamalla menisi todella paljon enemmän aikaa. Kirja toimii todennäköisesti paremmin koulu / liike käytössä, mutta suomennoskäytössä parhaiten sähköisesti.
- Netissä voi selata englannin kielisiä alan artikkeleja, jolloin sanakirjakin olisi kätevä netissä.
- Kirja kulkee mukana paikassa kuin paikassa.
- Kirja hukkuisi luultavasti liikkeessä, netistä se löytyisi aina.
- Mutta sillä ei niin suurta merkitystä, kirjaa tulisi toisaalta luettua vaikka takahuoneessa tauolla helpommin.
- Hyvä ammattisanasto opetukseen ja yleisestikin!
- Kirja on konkreettisempi, nopeampi kaivaa esille myös työelämässä (kaikissa liikkeissä ei vielä ole nettiyhteiksiä tai tietokoneita), havainnollisempi.
- Yhteydenpito vientimaiden kouluttajien kanssa tapahtuu useimmiten sähköpostitse, joten nettisanakirja olisi kätevin.
- nytkin käytän nettisanakirjaa nopeammin kuin painettua. painetut sanakirjat tuntuvat olevan vanhanaikaisia tiedoiltaan.
- tähän vielä: en toimi kauneudenhoitajana eli minulla ehkei olisi kovasti käyttöä kirjalle.
- Internet ei aina ole valitettavasti saatavissa kun tarve yllättää
- Minulla ei ole liikkeessäni tietokonetta eikä olisi edes aikaa olla netissä, koska hoidan asiakkaita.
- Kirjan voi ottaa kätevästi mukaan, lähelle yms
- Voisin kuvitella, että tilanteet jolloin sanakirjaa tarvitsisi, tulevat silloin kuin kone ei ole käytössä tai päällä. Tosin tuo nettiversio auttaisi kosmetiikkashoppailussa netin kautta.
- Lukiessani englanninkielistä tekstiä en välttämättä halua olla tietokoneen äärellä. Parasta olisi, jos sanakirjan saisisekään kirjana että Internet-sanakirjana (jälkimmäinen siksi, että joskus Englantia tarvitsee kirjallisten töiden yhteydessä).
- kirja saattaa unohtua johonkin, netti olisi paremmin saatavilla
- Se voi olla aina mukana työpaikasta riippumatta. Valitsisin mieluummin molemmat vaihtoehdot.
- Tarvitsen näitä tietoja päivittäin, koska käänän kosmetiikka tekstiä.
- Nopeammin käsiin saatavana.
- aina saatavilla, kirja ei
- jos ei ole tietokoneen ääressä tai sitä ei ole
- opiskelijoiden kannalta helpoin
- Käytän niin vähän internettiä
- englanninkielinen sanasto ei mielestäni palvele, sillä esim. inci listausten nimikkeet on jo määritelty kosmetiikkalainsäädännössä - samoin osa sanastoa.
- Englanninkieliset määritteet ja sanat voivat myös olla hyvin vaihtelevat riippuen niiden asiayhteydestä ja siitä ovatko ne jo alunperin käänöksinä alkuperäisestä kielestä kuten raskalaisesta tekstistä.
- Olen tottunut käyttämään internet-sanakirjoja.

- Asiakkaille helpmpi näyttää kirjasta.
- netti ei aina auki
- Kaikissa luokissa ei ole mahdollisuutta netti yhteyteen.
- Internet sanakirjaa on helpmpi päivittää.
- hoitola työssä olisi helpmpi katsoa kirjasta, kuin mahdolltaa läppäri työpisteen äärelle. sivut pitäisi olla sellaista materiaalia ettei käsistä jäisi voiteita yms. paperiin kiinni;)
- Kirja on helpmpi pitää mukana ja tarvittaessa nopea tapa tarkistaa sanoja. Itselläni ei hoitolassa ole internet-yhteyttä, joten ehkä kirja olisi helpmpi. Kotona sitten olen enemmän koneen ääressä, yleensä iltaisin...

- Voi olla konkreettisemmin mukana tilanteissa.
- Jos olen koulutuksessa esim. Lontoossa. Ei voi pitää konetta esillä koko aikaa ;D
- Minulla ei ole yrityksessä nettiä ja palvelu tilanteessa kirja on näin ollen helpmpi.
- Internet-sanakirja on saatavilla aina. Se on myös kätevämpi, nopeampi ja helpokäyttöisempi.
- helppo käyttää esim.käännettävän tekstin rinnalla
- tai molemmat, kirjaa on helpmpi pitää mukana esim. näytöksissä
- Aina mukana, nopeampi
- Nopeampi hakuteos johon saa liitettyä laajasti tietoa
- Tekijöiden helppo päivittää
- Kulkee aina koneen mukana (kun kone mukana:)
- helpmpi ja nopeampi käyttää
- Välillä tietoa tarvitsee kuljettaa mukana ja läppäri ei aina ole mahdollinen
- Kulkisi paremmin mukana.
- kirja olisi helpmpi lukea ja se olisi esim hoituhuoneessa helpommin saatavilla tai kassalla asiakaspalvelupisteessä.
- Työni puolesta minulla on aina joko pöytäkone tai läppäri lähettyvilläni, joten tiedonsaanti on huomattavasti nopeampaa sekä helpompaa internet-sanakirjan muodossa. Fyysistä kirjaa tuskin tulisi kannettua mukana tai kiireessä edes kaivettua hyllystä ja avattua.
- oman alani lisääntyvään tuntemukseen... koko ajan tulee uusia tuotteita, missä sitä tarvitsi jo nyt.
- Kätevä, helppo päivittää, nopea

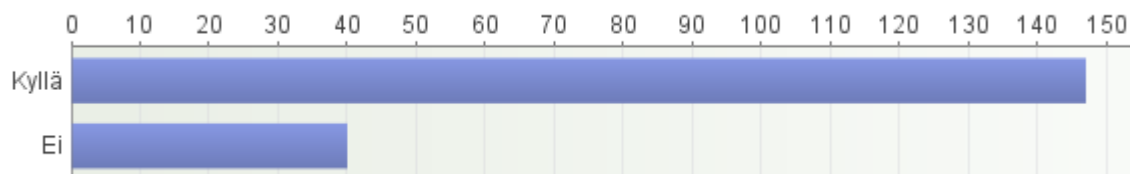
6. Toivoisitko sanakirjan sisältävän esimerkkilauseita helpottamaan asiakaspalvelutilanteita?

Vastaajien määrä: 188



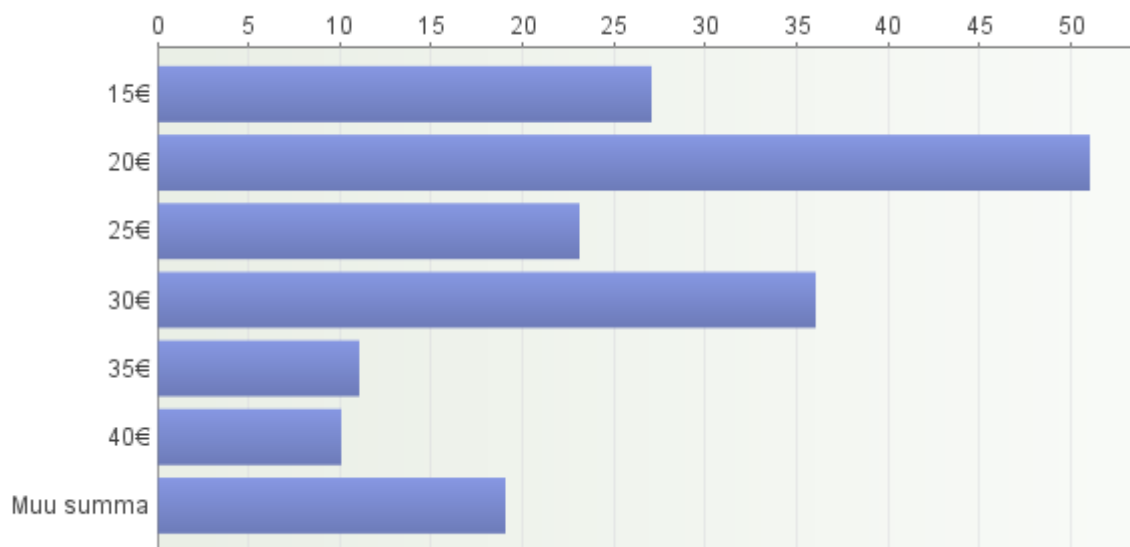
7. Olisitko valmis ostamaan kyseisen tuotoksen?

Vastaajien määrä: 187



8. Kuinka paljon olisit valmis maksamaan kirjasta?

Vastaajien määrä: 177



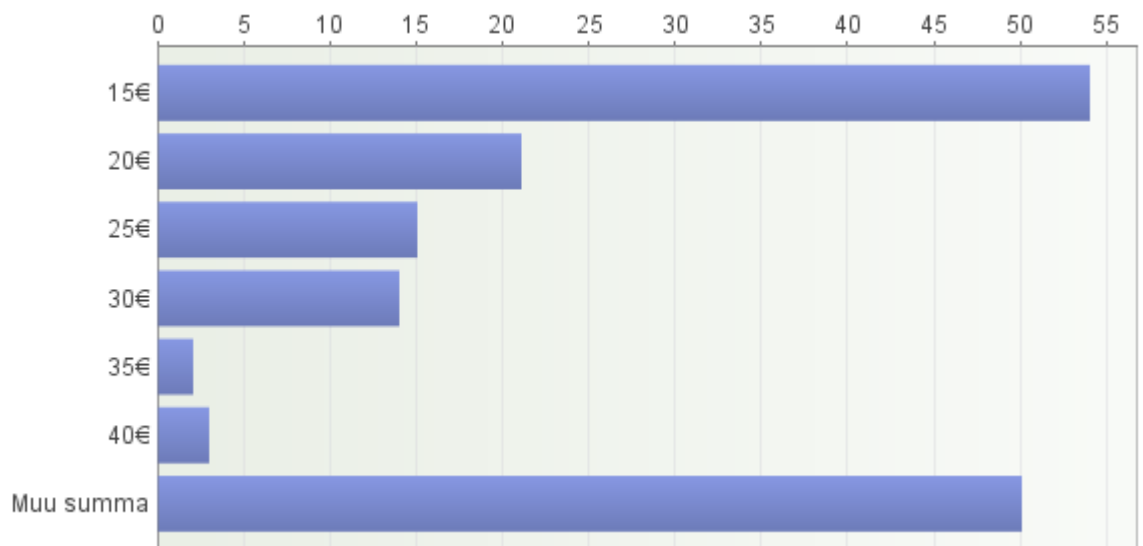
Avoimet vastaukset: Muu summa

- 0
- 0
- 0
- 0
- riippuu hyödyllisyydestä itselleni
- 10
- 0
- -

- 50-100 €
- en valitettavasti ostaisi sitä...
- 10 e
- 60+
- 50€
- 0€
- 0
- 0€
- 0
- Riippuu laajuudesta, alle 70€

9. Kuinka paljon olisit valmis maksamaan Internet-sanakirjan käyttöoikeudesta?

Vastaajien määrä: 159



Avoimet vastaukset: Muu summa

- 50-60
- 0
- 0
- 0
- 10e
- 10
- 0-5
- riippuu hyödyllisyydestä
- 0
- 10
- 5€ kuukaudessa
- 0
- 0

- en osaa arvioida
- 10
- alle 15€
- 10 €
- 0e
- 0€
- Ilmainen
- 0 €
- 5
- 100€
- ihmiste ovat niin tottuneita saamaan tietoa ilmaiseksi, että olisi hankala perustella maksua netissä.
- 0
- 0
- 0
- en mitään
- 60 (vähemmän mikäli ylläpidon vuosimaksuja)
- 50€
- 0€
- 0e
- 0,00
- 5
- 0
- 5
- 0e
- oeuroa
- 5-10e
- 0
- 0e
- 0
- 0€
- 10
- 5e
- 5
- voisin maksaa kertakohtaisen maksun esim maksu/per yksi hakukerta esim 1 €
- käytön mukaan vuosimaksu 20 €

10. Miten hyödyntäisit sanakirjaa ?

opiskeluissasi/työssäsi/opetuksessasi?

Vastaajien määrä: 137

- ammattisanastosta olisi hoitotilanteessa tosi paljon apua
- vaikea vielä sanoa
- Opetuksen työvälineenä.
- ei siitä olisi hyötyä kun jokainen osaa sen verran englantia että osaa tietää miten leikataan ja asiakkaat yleensä kysyy että "Puhutko xxxxxxxx kieltä?" Ei ne mene asiakkaaksi jos ei osaa
- Käännöksissä ja kirjeenvaihdossa lähinnä.

- Teen jatkuvasti käännöksiä liittyen tuotteisiin, hoitoihin jne. Sanakirjasta olisi varmasti apua. Ammattisanastoamme kun ei löydä tavallisista sanakirjoista.
- Teen tuoterekäännöksiä uutuustuotteista ja hoidoista.
- En varmaan hyödyntäisi lainkaan.
- Ihan perustyössä, esim. kääntämisessä alan englannin kielistä materiaalia/ammattilehtiä ym.
- Aina tarpeen mukaan.
- Ammattisanasto on alan ammattilaisena hyvin hallussa, opiskelijoille ehkä tarpeellisempi.
- suomentaisin
- kaikenlaisessa opetuksessa, jossa kohdataan asiakas
- Sieltä voisi etsiä oikeita sanoja.
- käännöstyössä ja markkinoinnin kehittämissä mm
- Tuoteselosteissa, koulutusilanteissa Suomeen muuttaneille
- En opeta enää, mutta jos opettaisin, antaisin opiskelijoiden hakea sieltä tarvitsemansa ja ohjaisin heitä sanakirjan oikeaan käyttöön eli tarkistamaan asian vielä jostain englanti-englani sanakirjasta.
- esimerkifraasit ovat ehdottoman tärkeitä!
- Englanninkielisen oppimateriaalin tai tuotetietojen suomentamiseen
- työssäni käytän päivittäin englantia, joten luulisin että voisin tarkistaa sieltä sanastoa muutaman kerran viikossa.
- Itseopiskelussa ja tarvittaessa apuna asiakkaan kanssa
- Monikulttuurisessa työpaikassa tämä nopeuttaisi oppimista ja olisi opetuksen tukena todella toimiva.
- kaikkea englannin ammattisanastoa ei muista millään. vaikka paljon asian kanssa tekemisissä. käyttö lähinnä oppimateriaalin käännöstyössä plus oma koulutus ulkomalla.
- Hyödyntäisin sanakirjaa päivittäisissä asiakaspalvelutilanteissa. Meillä käy todella paljon turisteja varsinkin kesäaikaan.
- Suurin hyöty tulisi luetun tekstin kääntämisessä.
- Kosmetiikan kemian sanastoa voisi hyödyntää varmasti eniten, esimerkiksi tilanteissa joissa asiakas on jollekin ainesosalle allerginen. Sanakirjassa voisi olla myös kosmetiikan kemian sanaston "selityksiä".
- työssä
- lukemalla ja käyttämällä
- Vastasin etten ole kiinnostunut ostamaan, koska meillä on tehty tällainen sanakirja jota itse tietysti myös käytämme.
- käytännön asiakaspalvelutilanteisiin valmistautumisessa.
- Kansainvälisessä valmiantamisessa.
- Varmasti myös muita tilanteita paljon.
- Päivittään työssäni ostotilauksia, tarjouspyyntöjä tai muuta kirjeenvaihtoa ja dokumentaatiota laadittaessa.
- Jos hiusalan sanastoa, niin paljonkin, varsinkin niitä asiakaspalveluesimerkkejä.
- varmasti tulisi lueskeltua aina kun on aikaa, kuitenkin työssä pitää palvella usein turisteja.
- Joskus internetistä tietoa etsiessä löytyy paras aineisto vain englannin kielellä. Ja joskus myös kosmetiikkatuotteet sisältävät paremman tekstin englanniksi. Olisi mukava löytää helposti alamme teksti helposti
- Tuoteoppaiden ja kuluttajaesitteiden käännöstyössä
- Luennoilla
- yksittäisten ainesosien tai erikoistermien kääntämiseen
- vahvistus/tarkistus tarkoitukseen
- sen tulisi ehdottomasti sisältää myös Ruotsi (tarroitus ja kaikkien lakisääteiden merkintöjen kun tulee olla molemmilla kotimaisilla..)

- elämää helpottaisi jos olisi kaikki "yksissä kansissa"
- sieltä olisi helppo tarkistaa ja myös kertailla sanoja ja lauseita
- toiviosin sen sisältävän haateellisia raaka-aineita ja uusimpia tietoja iohon toiminnasta
- Tieto olisi helposti saatavana sitä tarvittaessa

- asiakaspalvelussa
- myynnissä olevien pakkausten kyljissä olevien sanojen kääntämisessä ja mahdollisten internetissä myynnissä olevien tuotteiden selostuksien kääntämisessä.
- asiakaspalvelu tilanteissa
- KV-vaihtojen yhteydessä tarpeellinen
- Kääntäessäni esitteitä sanakirja olisi varsin tarpeellinen.
-
- Aina tulee tilanteita jossa sanakirjaa tarvitsee
- En osaa sanoa, koska oma englantini on niin vahva, etten koe itselleni sitä tarpeelliseksi. Voi sitä joku tarvita. ;)
- Asiakastilanteissa
- Käyttäisin silloin kun tarvetta löytyy!
- Maahantuojana joudumme kääntämään kaikki esitteet ja muut materiaalit, joten raaka-ainesanasto ja muut alan ammattisanat helpottaisivat suuresti työtämme. Mitä laajempi ammattisanasto sen parempi!
- tuotetekstien käännoistyissä.
- koulutus ,asiakaskyselyt...
- Ei mitenkään
- inkkien tulkinnassa
- harvoin käytettynä jotkut sanat voivat olla hakusessa
- asiakaspalvelutilanteissa, näyttöihin valmistavassa koulutuksessa, englannin ja ammattiaineiden integroinnin yhteydessä, analyysikortit englanniksi
- tarpeentullen
- Englantini on sujuva, en tarvitse sanakirjaa
- Jos tulee ulkomaalainen asiakas niin olisi helppo varmistaa kirjasta tiettyjä sanoja tai sanontoja...
- ulkomaalaisten asiakkaiden kohdalla kommunikoinnissa
- En osaa sanoa
- Toisi avun asiakaspalvelussa. Kääntäisin englanninkielisiä esitteitä ja lehtiä.
- Nykyään löytää esim YouTubesta opastusta englanniksi, joten kirja ei välttämättä olisi tarpeellinen itselleni. Kenties opiskelijoille kurssimateriaalina voisi olla hyödyllinen.
- asiakas palvelutilanteissa ja lukiessa ammatti kirjallisuutta.
- työssä monet selosteet voivat olla pelkästään englanniksi
- inkejä kääntäessä ja tarvittaessa asiakaspalvelussa
- Tarvittaessa asiakaspalvelutilanteessa
- Osallistuminen ulkomaisille keskustelupalstoille helpottuisi, asiakaspalvelu sujuisi paremmin, kun osaisi käyttää oikeita sanoja ja vaivahteikkaampaa kieltä.
- Etsiessäni tietoa kauneudenhoitoalan laitteista/tuotteistaan yms ja kertaisin kauneudenhoitoalan sanastoa
- Kaikkihan riippuu siitä, mille tasolle kirjan halutaan "yltävän". Jos se on tarkoitettu kosmetologi-opiskelijoille, niin kirja voi olla aika vaatimaton, jos se on tarkoitettu esim alan kansainväliseen markkinointiin sen aikaan saaminen on haastava tehtävä..
- katso edellinen.
- ammatti- ja kuluttajaesitteiden esitteiden käännoistyissä
- Todennäköisesti atto aineiden opettajille tämä on hyödyllinen. Englanninkielisiä alan lehtiä/opetusmateriaalia yms.
- tarvitsisin sanakirjaa koulutusmateriaalien käännoistyössä, yhteydenpidossa (sähköpostiviestit) päämieheen Ranskassa
- Esimerkiksi käännoistyissä.
- Maahantuojan näkökulmasta sanakirja tuskin palvelisi meitä kovin hyvin. Tämä johtuu siitä, että esim uusia menetelmiä tai laitteiden käyttöohjeita käännettäessä ei sanastoa ole vielä olemassa. Yksittäiselle hoitolalle sanakirjasta voisi varmasti olla hyötyä. Olen siis kuit vastannut tästä hoitola -näkökulmasta.
- Käännoisten apuna olisi hyvä olla silloin tällöin suoraan ammattilaisille suunnattu sanakirja
- Se toimisi yhtenä tietolähteenä muiden Internet pohjaisten sanakirjojen kanssa sekä yrityksen tarjoaman internetpohjaisen sanakirjan kanssa. Opiskelijoille siitä olisi suurempi hyöty.

- Opetuksessa lisäavuksi opiskelijoille asiakastilanteisiin.
- opetuksessa
- Asiakaspalvelutilanteissa työpaikalla.
- Monipuolisesti :)
- Englannin kieliset luennot ja erilaiset käyttöohjeet niiden tarkenukseen. Ym materiaali ja ihan asiakaspalvelutilanteiden hallintaan englanin kielellä sanavaraston kartuttamiseksi. Silloin kirja hyvä.
- ehkä joskus tarkistaisin jonkun sanan englanninkielisestä materiaalista
- Töissä tarvitsen ammattisanastoa käännöksiin, asioidessani ulkomaalaisten kanssa jne, joten sanakirja olisi apuna melko useasti.
- Ei juurikaan tarvetta, mutta vieläkin joitain tuotteita joissa ei purkissa suomennosta tuotteen sisältämistä aineosista tai vaikutuksista. Itsellä englannin taito hyvä, ollut toinen kotikieli joskus.
- Tuoteselosteiden käännöksiin ja yhteydenpitoon päämiesten kanssa.
- Opiskelun alkumetreillä kirja olisi ollut tarpeen. Muistan ettei englanninkielen opettajallammekaan olleet ammattisanat hallussa. Tästä voisi tulla ihan oppikirjakin?
- Etsimällä itse tarvittavat sanat ja opastamalla muita käyttämään sitä.
- kommunikoidakseni neuvonta ja tuoteohjeistustilanteissa ulkomaalaisten kanssa tarpeen tullen etsisin vaikeita sanoja
- Käännöstyössä
- markkinoinnissa,
- asiakaskirjeissä
- Asiakaspalvelutilanteiden parantamiseen.
- inci-listan avaamiseen
- asiakaspalvelutilanteissa
- koulutuksissa
- laitehankinnoissa
- mahd. ulkomaisen työvoiman kanssa

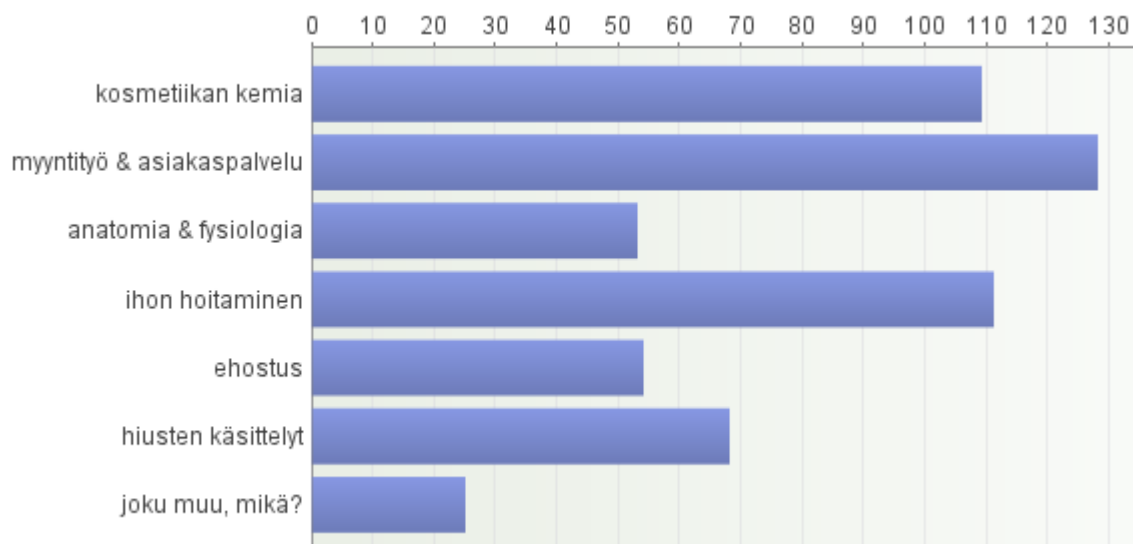
- Erityisesti nuorisopuolen asiakaspalveluun luomaan jo valmiiksi malleja keskusteluihin. Ehkä tulevaisuudessa ostattaisimme opiskelijoilla sen itselleen
- aina tarvittaessa asiakaspalvelussa, tuotetietoudessa, koulutuksissa
- Allergisten asiakkaiden parhaaksi, koskien inkilistaa sekä oman oppimisen tueksi.

- Jos sanasto olisi tarvittavan laaja käyttäisin sitä tuotesuomennosten / opetusmateriaalin suomentamisessa .
-
- Ammattisanasto olisi hallussa työskennellessä englantia puhuvien asiakkaiden kanssa ja antaa ammattitaitoisen vaikutelman. Onneksi olin ammattikoulussa läsnä tunneilla joissa käytiin ammattisanastoa läpi, huomaa kyllä että kaikilla sanat ei ole muistissa tai ikinä opetettukaan.
- Perussanastoa, jakaus, pulisongit, niskaraja yms. niitä tarvitsee usein. Tuotteiden myyminen on hieman vaikeampaa kun oikeat adjektiivit puuttuvat.
- ammattiaineiden opetuksessa!
- Yhdessä Englannin opettajan kanssa. Kansainvälisiä asiakkaita palvellessa.
- Yhteydenpidossa vientimaihin
- tästä olin maininnut jo ylempänä, että minulla itselläni ei olisi kovastikaan käyttöä tälle kirjalle
- Jos asiakas kysyy jotain mihin en osaa vasta esim tuotteista jossa ei ole suomeksi selostusta
- katsoisin siitä sanan mitä en tiedä.
- Tarkistaisin sanoja / sanontoja
- Opiskelijoiden englannin kielen opinnoissa sekä mahdollisen tuotteiden maahantuonnin yhteydessä. Varmasti sanakirjasta olisi myös hyötyä hankittaessa tietoa internetin kautta.
- Alan kirjallisuutta lukiessani / suomentaessani.
- Ostattaisin opiskelijoilla ja liittäoson sen englannin opiskelumateriaaliksi kaikille opiskelijoille, myös ylioppilaille.

- kts edellinen
- satunnaisten ulkomaalaisten asiakkaiden kanssa asioidessa
- jos ei tiedä jotain niin voi tarkistaa
- paljon
- vertaa jo yllä olevaan
- En koe sanakirjaa tarpeelliseksi työssäni. Sen minkä tarvitsen englannin kieltä on sanasto jo hallussa. Täällä päin suomea tarvitsisi enemmän suomi-venäjä sanakirjaa avuksi :)
- Myynti/palvelutilanteissa
- en osaa sanoa
- Kirja voisi olla apuna kaikessa tuntityöskentelyssä. Tällä hetkellä kauneudenhoito alan englannin oppikirjat ammattiopistotasolla ovat aika "vanhan aikaisia", joten tuntirakenteen ja opetusmateriaalin joutuu rakentamaan itse. Kirja voisi olla siinä helpotuksena.
- Antaisin sen ostojen käyttöön.
- tarvittaessa ja vaikken tarvitsisikaan, kiinnostaa kauneudenhoitoalan sanasto englanniksi. maahantuojien euroopan edustajat eivät osaa suomea, ja siksi olisi helpompi puhua alasta, kun voisi opetella kirjasta suoraan.
- Tällä hetkellä kokisin ennemminkin tarvitsevani ennemminkin esim. venäjän kieltä ennemminkin. Hoitolani on Kouvolassa, jossa enevässä määrin venäjänkielisiä.
- Mm. meillä käy paljon eri maalaisia asiakkaita
- Palvelutilanteissa helpottamaan toivotun työn selittämistä. Palveluhinnaston laatimisessa.
- Olen töissä maahantuontiyrityksessä, joten käyttäisin sanakirjaa apuna tuoksukuvausten yms.markkinointimateriaalien käänöksissä.
- lähinnä opiskelijoiden käyttöön opiskelun tukena
- monellakin tapaa. mutta tärkeintä olisi kai, että oppisin tarvittavat sanat aktiivipuheeseeni.
- Kontakteissa ulkomaille ja tekstien kääntämisessä
- Kaikista alalle kohdistuvista teoksista on hyötyä, mutta tarkkaa käyttöä on näin vaikea eritellä.
- Tuotetietous, kansainvälinen kanssakäynti
- Tuotteiden suhteen. Erilaisten artikkelien lukemisessa.
- päivittäisessä työssä, www-sivujen käänöksessä ja yms.
- Itselläni on vahva englanninkielen taito ulkomailla asumisen johdosta, mutta monet työntekijöistäni tuntuvat kaipaavan apua joko ihan perus asiakastilanteissa tai sitten eri valmistajien esite- sekä kurssitulkittamisessa.
- kaikissa mahdollisessa kauneuteen liittyvissä asioissa. Olen myös opiskellut estenomi tutkintoa ja olen lopputyötä vaille, omissa opinnoissani 9 vuotta sitten käytin FINNAIRIN omaa ohjelmaa sanakirjana ja toimi silloin, muuten olisi jäänyt monta asiaa selvittämättä englanniksi ja muutamalla muulla kielellä.
- Ohjaisin opiskelijoita käyttämään. Tarkistaisin itse termejä tarvittaessa.

11. Minkä aihealueen sanastoa haluaisit sanakirjan sisältävän? (Valitse enintään kolme vaihtoehtoa)

Vastaajien määrä: 184



Avoimet vastaukset: joku muu, mikä?

- työvaate ja välineistö
- kasvien nimiä
- raaka-aineet
- markkinointi, liiketoiminta
- dermatologia
- erikoissanasto esim. laitesanasto
- raaka aineet
- raaka-aineita
- yleisimmät incit
- ihon hoitoon kuuluvat alkuanalyysikortit
- kynnet.BioSculpture geelikynnet
- kohteliaat fraasit ja tervehdykset yms
- menetelmien "suomentaminen" (esim tehdesä asiakkaalle tietynlaista hoitoa, loppuu usein sanavarasto kesken. Vrt mitä kehossa tapahtuu, kun teen sinulle tätä uutta kavitaatio -hoitoa?)
- ammattitermit
- markkinointi, yritysviestintä
- raaka-aineet
- työn suunnittelu
- alan uutuudet (ripsien pidennys, rakennekynnet, sokerointi ja muutkin karvojenpoistomenetelmät)
- vartalo- ja spa-hoidot
- rakennekynnet
- Ammatti tuotesanastoa
- raaka-aineet
- ihon ongelmat
- rakennekynnet
- hiustenpidennykset

