

Tanja Kallio

Silmukoista kuvioksi

Räätälöidyn neuletuotteen suunnittelupalvelu

Metropolia Ammattikorkeakoulu

Muotoilija

Tekstiilisuunnittelu

Opinnäytetyö

14.3.2013

Tekijä(t) Otsikko	Tanja Kallio Silmukoista kuvioksi – räätälöidyn neuletuotteen suunnittelupalvelu
Sivumäärä Aika	56 sivua + 4 liitettä 14.3.2013
Tutkinto	Muotoilija
Koulutusohjelma	Muotoilu
Suuntautumisvaihtoehto	Tekstiilisuunnittelu
Ohjaaja(t)	Tuntiopettaja Rosa Piironen TaM, Taidepedagogi, IDBM Laura Isoniemi
<p>Toiminnallisen opinnäytetyön tavoitteena oli konseptoidun suunnittelupalvelun pilotointi ja asiakasymmärryksen hyödyntäminen tekstiili- ja palvelusuunnittelussa. Suunnittelupalvelun lähtökohtana oli suunnitella asiakkaalle sisustus- tai asusteneule mittatilauksena räätälöidyllä kuosilla. Neuletuotteet ovat asiakkaan toiveiden pohjalta toteutettuja ekologisia designtuotteita. Opinnäytetyössä pilotoitiin neulekuosin suunnitteluprosessia palvelun hypoteettisille asiakkaille. Pilotissa suunniteltiin tuotantolähtöisesti neulekuosimallisto asiakkaan valitsemaan tuotteeseen. Yhteistyökumppaneina pilotointiin osallistuivat kotimaista designia edustava yritys Littlefinland ja Helinä Rautavaaran museo.</p> <p>Työ on käyttäjätutkimus, jossa pilotoinnin avulla selvitettiin asiakkaan ymmärtämistä vuorovaikutteisessa suunnitteluprosessissa sekä asiakkaan kokemusten, tarpeiden ja odotusten huomioimista palvelun suunnittelussa. Asiakkaan ymmärtäminen suunnitteluprosessissa vaatii suunnittelijalta sosiaalisia taitoja, kykyä asettaa käyttäjän asemaan, visuaalista ajattelua ja luovuutta. Selvityksessä hyödynnettiin muotoilu- ja etnografisia menetelmiä, joilla kerättiin käyttäjätietoa yhdessä käyttäjien kanssa itse kokemalla oppien. Tämän lisäksi havainnoitiin prosessia ja haastateltiin asiakkaita. Tarkoituksena oli saada asiakkailta vastauksia kysymyksiin: millaisena he näkevät palvelun kuosisuunnitteluprosessin, mitä havaintoja he itse tekivät prosessin aikana ja mitä he haluaisivat palvelulta. Perimmäisenä tarkoituksena oli saada vastaus kysymyksiin: miten suunnitteluprosessi kannattaa toteuttaa ja kuinka konseptista saisi toimivan palvelun.</p> <p>Analysoinnissa hyödynnettiin palvelupakettia eli palvelun kokonaiskuvan hahmottamista, palvelupolkua eli palvelun kulkua asiakkaalle, sekä käyttäjäkeskeisen palvelusuunnittelun eli palvelumuotoilun tapoja hahmottaa palvelun arvo eli hyöty asiakkaalle. Työssä käytettiin muotoilun menetelmiä suunnittelupalveluun kuuluvina työkaluina, jotka toimivat myös palvelumuotoilun välineinä asiakasymmärryksen synnyttämisessä. Suunnittelijan rooli asiakkaan toiveiden luovana tulkkina korostui, kuten myös suunnittelijan kyky luottaa näkemykseensä ja intuitioonsa. Työssä sivutaan myös palvelun hinnoittelua.</p> <p>Lopputuloksena syntyi kaksi täysin erilaisista lähtökohdista suunniteltua ja erilaisissa olosuhteissa toteutettua tuotekohtaista neulekuosimallistoa. Suunnittelupalveluun hahmoteltu palvelupolku toteutettiin kahdella pilottiasiakkaalla ja todettiin toimivaksi, sekä jatkokehityskelpoiseksi. Asiakkaat olivat tyytyväisiä neulekuosimallistoihin ja näkivät palvelussa potentiaalia.</p>	
Avainsanat	käyttäjäkeskeinen suunnittelu, palvelumuotoilu, asiakaslähtöisyys, räätälöity, neule, mittatilaustyö, kuosisuunnittelu

Author(s) Title	Tanja Kallio From Loops to Patterns: Design Service for Customized Knit Products
Number of Pages Date	56 pages + 4 appendices 14 March 2013
Degree	Bachelor of Arts
Degree Programme	Design
Specialisation option	Textile Design
Instructor(s)	Rosa Piironen, Lecturer Laura Isoniemi, MA, Art Pedagogy, IDBM
<p>The present thesis aims at finalizing a design service pilot project and testing how customer understanding can be used in textile and service design. The basic idea of the design service is to create a custom decorative or clothing knit with a custom made customer specific pattern. Knit products are ecological design items, which are created to match the customer's wishes. In the thesis, the design process is pilot tested with two hypothetical clients. Pilot customers consisted of the Finnish design agent Littlefinland and Helinä Rautavaara museum.</p> <p>The thesis is a customer study, where pilot testing is used to gather information on how wishes, needs and expectations of the customer can be discovered during the service design. Customer understanding requires the designer to use social skills, empathy, visual thinking and creativity. The study uses design ethnographic methods, where customer information was collected together with the customers, while learning through experimentation. In addition to that, the process was monitored and customers were interviewed in the end. The motivation was to have the customers to tell how they saw the design process, what observations they made and what would they like to get out of the service. The fundamental motivation was to learn how the design process should be implemented and what is needed to turn the idea into a functional service.</p> <p>To structure the analysis, the thesis uses concepts of service package meaning the high level view of the service, service path meaning the way how service proceeds from the point of view of the customer and methods of customer oriented service design to understand the value or benefit to the customer. As results, emphasis was put on the role of the designer, the creative interpreter of the customer's wishes and also on the ability of the designer to trust his or her vision and intuition. The thesis also considers pricing of the service.</p> <p>The final result was two knit products with a custom pattern, coming from completely different backgrounds and implemented in completely different environments. The initial service path of the design service was implemented with the two pilot customers and found out to be functional and ready for further development. The customers were happy with the knit product lines and thus considered the service to have potential.</p>	
Keywords	user centered design, service design, customer oriented design, customized, knit, custom made, pattern design

Sisällys

1	JOHDANTO	1
2	TYÖN TAUSTAA	2
2.1	Työn lähtökohdat ja tavoitteet	2
2.2	Viitekehys	3
2.3	Asiakasyhteistyökumppanien esittely	4
3	RÄÄTÄLÖIDYN TUOTTEEN SUUNNITTELUPALVELU	6
3.1	Räätälöityjen tuotteiden tulevaisuudennäkymät	6
3.2	Suunnittelupalvelun konsepti	7
3.3	Suunnittelupalvelujen ja räätälöityjen tuotteiden kartoitusta	8
4	KÄYTTÄJÄTUTKIMUS	12
4.1	Käyttäjäkeskeinen suunnittelu	12
4.1.1	Käyttäjäkeskeinen palveluiden suunnittelu	12
4.1.2	Palvelun arvo	14
4.1.3	Palvelumuotoiluprosessi	14
4.1.4	Palvelupolku	15
4.1.5	Palvelupaketti	16
4.2	Rajattu käyttäjätutkimus	17
5	ASIAKASKESKEINEN SUUNNITTELUPROSESSI	19
5.1	Suunnitteluprosessin lähtökohdat	19
5.1.1	Tuotteet	20
5.1.2	Materiaalit	21
5.1.3	Neuletekniikka	21
5.1.4	Suunnitteluprosessi	22
5.2	Kuosisuunnittelu pilottiasiakkaille	23
5.2.1	Suunnittelun lähtökohdat	24
5.2.2	Kuosiaiheen teema	25
5.2.3	Suunnitteluprosessi ja sen vaiheet – Littlefinland	26
5.2.4	Suunnitteluprosessi ja sen vaiheet – Helinä Rautavaaran museo	30
5.3	Valmiiden neulemallistojen esittely	34

6	SUUNNITTELUPROSESSIEN ANALYSOINTI	37
6.1	Havainnot	37
6.2	Palaute	41
6.3	Palvelukonseptin analysointi	44
6.4	Suunnittelupalvelun hinnoittelu	47
7	YHTEENVETO	50
	Lähteet	52

Liitteet

Liite 1. Aloitushaastattelun kyselypohja

Liite 2. Palautehaastattelun kyselypohja

Liite 3. Materiaalinäyte 1

Liite 4. Materiaalinäyte 2

1 JOHDANTO

Ensin oli silmukka, sitten tuli kuvio ja lopuksi tuote. Sen jälkeen se oli menoa, ainakin omalta osaltani: suunnittelin omiin kuoseihin pohjautuvia neuletuotteita myyntiin. Tätä hän voisi tehdä myös asiakkaan omalla kuosilla. Mutta kuinka se olisi mahdollista? Tämän tapahtumaketjun seurauksena aloitin opinnäytetyöni. Työ on tutkimus suunnittelu- palvelusta neuletuotteille, jotka räätälöidään asiakkaalle omalla kuosilla. Tavoitteeni on konseptoida ideastani palvelun toteutusmalli. Minulla ei ole tietoa, kuinka suunnittelu kannattaisi toteuttaa, kuinka ideasta saisi toimivan palvelun, miten sen voisi hinnoitella, millaisia vastaavanlaisia palveluita on olemassa tai ketkä olisivat palvelun asiakkaita. Halusin toteuttaa neulekuosisuunnittelua opinnäytetyöni puitteissa sopivalle asiakkaalle ja oppia kokemastani. Tutkimukseni asiakaslähtöisen palvelun suunnitteluun lähti liik- keelle käyttäjäkokemuksen hyödyntämisestä. Päälinnäkösiksi kysymyksikseni nousivat millaisia kokemuksia ja havaintoja löydetään asiakkaan ja suunnittelijan välisessä vuoro- vaikutuksessa ja miten niistä kannattaisi tulla tietoisiksi suunnittelupalvelua luodessa.

Opinnäytetyöni lähtökohdista ja tavoitteista asiakaslähtöisen palvelun suunnittelemises- sa kerrotaan luvussa kaksi. Kolmannessa luvussa avataan räätälöityjen tuotteiden taus- taa yksilöllisen kuluttamisen kasvavassa kontekstissa, esitellään tarkemmin suunnittelu- palveluni konsepti ja valotetaan esimerkkejä muista asiakaskohtaisesti suunnitelluista tuotteista ja niiden palveluntarjoajista. Luku neljä kertoo, mitä on käyttäjäkeskeinen suunnittelu sekä käyttäjäkeskeinen palveluiden suunnittelu ja kuinka hyödynnän näitä tutkimuksessani. Luvussa viisi käsitellään tarkemmin palveluun suunnitteluprosesseja sekä esitellään prosessissa syntyneet tuotokset eli neulekuosit. Viimeinen luku kuusi kokoaa tutkimukseni tulokset. Siinä syvennytään suunnitteluprosessissa tehtyihin ha- vaintoihin ja palautteeseen, jonka perusteella analysoidaan räätälöidyn neuletuotteen suunnittelupalvelua palvelun suunnittelun näkökulmasta. Luvussa kuusi esitetään myös laskelmia palvelun hinnoitteluun liittyen.

2 TYÖN TAUSTAA

Tutustuin vuonna 2011 jacquard- ja onteloneuletekniikkaan neuleopinnoissani, minkä innostamana perustimme kurssikavereiden kanssa A!KU DESiGN -kollektiivin neulekurssilla luotujen kuvioneulemallien ympärille. A!KU DESiGN esitteli malliston Helsingissä huonekalu-, sisustus- ja design-messuilla Habitaressa syksyllä 2011 ja sai Toimittajien Tusina -kunniamaininnan uudistuneista sisustusneulet tuotteista. Kannustava vastaanotto tuotteita kohtaan innosti sivutoimiseen toimintaan. Neule materiaalina ja uudenlaisten kuvioiden mahdollisuudet neuleessa ovat inspiroineet minua kollektiivissa toimiessani, ja sen innoittamana halusin viedä suunnitteluprosessin opinnäytetyön puitteissa asiakaslähtöiseksi ja pohtia sen palveluksi suunnittelemisen mahdollisuuksia.

Neuletekniikka, olemassa oleva lähituotantomahdollisuus Suomessa sekä aikaisempi suunnittelukokemukseni kyseisellä tekniikalla ja materiaalilla olivat palveluideani inspiraation lähteenä. Asiakkaalle toteutettava räätälöity tuote ja sitä kautta tarjottava suunnittelupalvelu ovat opinnäytetyöni lähtökohdana. Asiakastiedon saaminen osaksi tuotteen ja palvelun suunnittelua on olennainen osa sitä. Pohdin opinnäytetyössäni suunnittelupalvelun ja räätälöidyn tuotteen suunnittelua asiakaslähtöisesti.

2.1 Työn lähtökohdat ja tavoitteet

Opinnäytetyöni on selvitys räätälöidyn tuotteen suunnittelupalvelusta kuvioneulotulle neuletekstiilille. Palvelun selvityksen lähtökohdana on käyttäjätutkimus, jossa pilotoin ideoimaani räätälöidyn neulet tuotteen suunnittelupalvelua. Pilotoinnissa räätälöidään kohderyhmään kuuluvalla asiakkaalla merinovillainen piensarjana toteutettava sisustus- tai asusteneulet tuote mittatilauksena suunnitellulla omalla kuosilla eli kuviopinnalla.

Käsittelen työssäni kahden opinnäytetyön yhteistyökumppanina toimivan hypoteettisen asiakkaan, Littlefinland-yrityksen ja Helinä Rautavaaran museon, suunnitteluprosesseja. Opinnäytetyössäni suunnittelen ja tuotan asiakkaan toiveiden pohjalta tuotantolähtöisen neulekuosimalliston tuotteelle. Pilotoinnin avulla testaan kuosisuunnitteluprosessia asiakasvuorovaikutuksessa, koemallinnan suunnitteluvälineitä ja -menetelmiä sekä kerään asiakastietoa palvelun suunnittelun tueksi. Itse kuosisuunnittelussa pyrin tulkitsemaan ja luomaan annetuista lähtökohdista oman näkemykseni mukaista suunnittelua. Sivuan myös asiakasprojekteissa suunniteltavien tuotteiden avulla tekstiilien ja palvelun hinnoittelua alan yleisten käytäntöjen avulla. Opinnäytetyössä käydään läpi pelkästään neule-

kuosin suunnitteluprosessi ja asiakkailta ei veloiteta tuotteen tilaamiseen. Tuotantoprosessin tarkempi tarkastelu jää opinnäytetyöni ulkopuolelle, vaikka tuotantokeskeisessä suunnittelussa otan siihen kantaa kokonaisuuden kannalta, sekä tuotan suunnittelun lopputuloksista materiaalinäytteet.

Analysoin työssäni suunnitteluprosessin vaiheita, työvälineitä, kommunikointia, asiakastyytyväisyyttä, lopputuotetta sekä asiakkaan mielipiteitä ja ehdotuksia palvelulle. Havainnoin ja käytän muotoilun menetelmiä kommunikoidakseni suunnitteluprosessissa ja kartoittaakseni samalla prosessia palveluna. Tarkastelen kokemuksiani käyttäjäkeskeisen suunnittelun ja käyttäjäkeskeisen palvelun suunnittelun kautta. Tarkoitukseni on ymmärtää asiakasta ja hänen tarpeitaan empaattisesti (Tuulaniemen 2011, 111). Suunnittelu toteutuu minun, suunnittelijan, ja yhteistyökumppanin, asiakkaan, vuorovaikutuksesta ja auttaa hahmottamaan räätälöidyn neuletuotteen suunnittelupalvelun toteuttamiseen vaikuttavia tekijöitä.

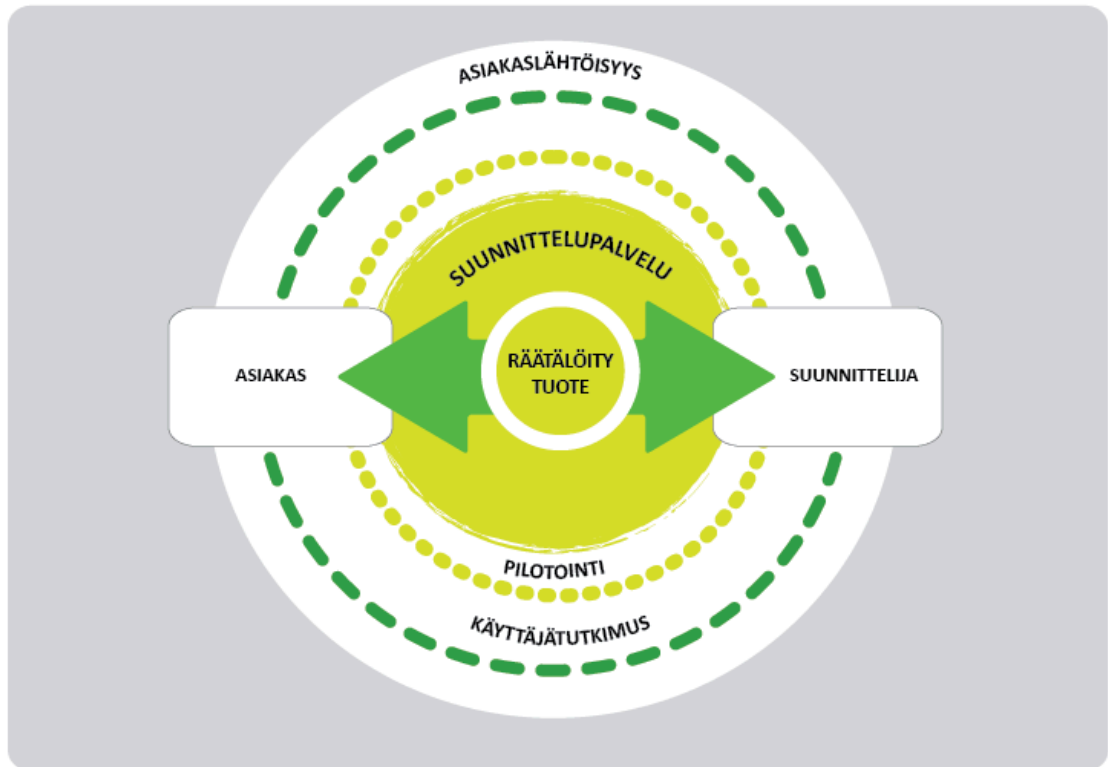
Suunnitteluprosessin lopputuloksena syntyvät neulekuviomallistot asiakkaiden esimerkituotteissa materiaalinäytteet sekä suunnittelu- ja havaintomateriaali tulevat toimimaan hyödyllisinä ammatillisina työnäytteinä ja referensseinä räätälöidystä suunnittelutyöstä neulekuosisuunnittelussa. Niitä voidaan hyödyntää ideoidun palvelun mahdollisessa jatkokehittämisessä. Opinnäytetyöni tarkoituksena on auttaa hahmottamaan asiakas- tai käyttäjätiedon hyödyllisyys tekstiilisuunnittelussa ja palvelun suunnittelussa korostaa asiakasvuorovaikutuksen merkitystä. Työni avulla konkretisoin sitä kuosisuunnittelussani ja mittatilauksena räätälöidyn neuletuotteen suunnittelupalvelun pilotoinnissa.

2.2 Viitekehys

Opinnäytetyön keskeinen viitekehys on asiakkaan ja suunnittelijan välinen vuorovaikutteinen suhde suunnittelupalvelussa. Vuorovaikutteisessa suhteessa osapuolet työskentelevät yhdessä tavoitteenaan suunnitella räätälöity tuote, joka käytännössä on mittatilauksena suunniteltu kuosi neuletuotteeseen. Kommunikointi ja vuorovaikutus on molemminpuolista. Suunnittelija toimii luovana tulkkina tässä vuorovaikutuksessa. Hän synnyttää konkreettisia ideoita ja ratkaisuja lukemalla asiakasta, tulkitsemalla hiljaisimpiakin signaaleja ja luottamalla näkemykseensä ja intuitioonsa suunnittelijana.

Suunnitteluprosessissa ja sitä tarjoavassa palvelussa kantavana teemana on asiakaslähtöisyys. Jotta suunnittelupalvelu toimii toivotulla tavalla ja tuotteet suunnitellaan laa-

dukkaasti ja asiakkaan toiveiden mukaisesti, tulee suunnittelijan kuunnella ja myös ymmärtää asiakasta aistit avoinna. Asiakasyymmärryksen keräämisessä palvelun suunnittelussa tärkein työväline on käyttäjätutkimus. Opinnäytetyössäni toteutan käyttäjätutkimuksen räätälöidyn neuletuotteen suunnittelupalvelusta pilotoinnin eli palvelun käyttöönottamisella oikeassa kontekstissa. Tavoitteena on ymmärtää asiakkaan ja suunnittelijan vuorovaikutteista suhdetta ja asiakaslähtöisyyttä räätälöidyn neuletuotteen suunnittelupalvelun suunnittelussa.



Kuvio 1: Opinnäytetyön Silmukoista kuvioksi – räätälöidyn neuletuotteen suunnittelupalvelu viitekehys.

2.3 Asiakasyhteistyökumppanien esittely

Halusin yhteistyökumppaniksi tahon, joka olisi potentiaalinen asiakas kyseessä olevalle suunnittelupalvelulle. Sain yhden sijasta kaksi yhteistyökumppania, joiden avulla pystyin tarkastelemaan aihetta monipuolisesti. Etu oli myös saada kaksi toisistaan erilaista asiakasta: Littlefinland ja Helinä Rautavaaran museo.

Littlefinland on yritys, jonka toiminta keskittyy kotimaisten huonekalujen ja sisustustuotteiden edustamiseen. Yrityksen tarkoituksena on edistää kotimaisten kalusteiden ja pien-

tuotteiden käyttöä Lapin hotelleissa, ravintoloissa ja muissa rakennuskohteissa. Littlefinland on suomalaisen kestävän ja ajattoman muotoilun sisustuskonsepti. Yrityksen toimipiste ja showroom sijaitsevat Ivalossa. Littlefinlandin pohjoinen sijainti on mahdollisuus esitellä kansainvälisille lapinkävijöille ja pohjoisen tuntemattomille markkinoille suomalaisia tuotteita. Omistaja Mari Rotko haluaa edustaa uniikkeja suomalaisia tuotteita, jotka erottuvat massasta ja herättävät huomiota. (Littlefinland 2013, Ahtela 2011; Rotko 2012a.)

Helinä Rautavaaran museo on etnografinen museo. Museon kokoelmat sisältävät taide-, rituaali- ja käyttöesineitä Afrikasta, Aasiasta ja Latinalaisesta Amerikasta. Museota ylläpitää Helinä Rautavaaran etnografisen museon säätiö. Kulttuurien välisestä vuorovaikutuksesta syntyneet ja syntyvät monikulttuuriset ilmiöt ovat museon erityisalaa. Museo on erilaisten ihmisten, kulttuurien, tieteen- ja taiteenalojen kohtaamispaikka. Näyttelyiden ja yleisötyön, kuten työpajojen avulla pyritään lisäämään museovieraiden kokemusta erilaisuudesta ja levittämään suvaitsevaisuutta. Museo perustuu filosofian maisterin Helinä Rautavaaran keräämään kokoelmaan. Rautavaara kiersi Euroopan ulkopuolisia kohteita 1950 lähtien toimittajana ja dokumentoi subjektiivisesti eri maiden kulttuureita ja uskontoja hyvin persoonallisella ja osallistuvalla otteella. Museo tekee yhteistyötä erilaisten ihmisten, kulttuurien, tieteen- ja taiteenalojen kanssa nostaten erilaisia teemoja ja näkökantoja eri kulttuureista. (Helinä Rautavaaran museo 2013.)

3 RÄÄTÄLÖIDYN TUOTTEEN SUUNNITTELUPALVELU

Tässä luvussa esitellään palvelun konsepti. Luvussa kuvataan, miksi juuri räätälöity tuote voisi olla kiinnostava lähtökohta suunnittelupalvelulle ja mitkä mahdollisuudet räätälöimisessä on. Luvussa käsitellään myös, miten räätälöintiä on tähän mennessä toteutettu.

3.1 Räätälöityjen tuotteiden tulevaisuudennäkymät

Erivahvuiset signaalit osoittavat, että muutos yhä yksilöityvään kulutukseen on tapahtumassa (Ålman 2006, 251). Kuluttajan näkökulmasta sen voi huomata kauppojen valikoimissa, joissa yksinkertaisimmillaan oma valokuva, kuva tai nimi lisätään tai teetetään tuotteeseen. Yleensä näihin ei suuremmin kuulu suunnittelupalvelua, vaan asiakas valitsee vaihtoehtoista tai tuottaa kuvan itse teetetäväksi. Ja tuotanto on mahdollisimman automatisoitua. Verkossa yksilöityvä kulutus on arkipäivää profileja ja markkinointia myöten, mutta verkko on myös väline, jolla tarjotaan yksilöityjä tuotteita ja palveluita helposti. Kun kuluttaja voi itse määritellä ja valikoida tuotteiden ominaisuuksia, puhutaan kustomoinnista, ja kun puhutaan personoinnista, niin palvelun käyttäjästä kerätään tietoa, jonka pohjalta tuotteita tarjotaan hänelle (Zuboff & Maxmin 2003, Ålmanin 2006, 248–249 mukaan). Yksittäisten asiakkaiden tarpeiden huomioiminen on räätälöintiä. Tuoteräätälöinti perustuu monesti monen tuotteen yhteiseen massatuotettuun alustaan (platform), jonka päälle rakennettavat ominaisuudet asiakas voi valita yksilöllisesti. (Tuulaniemi 2011, 36.) Kustomointi ja räätälöinti ovat toistensa synonyymeja. Uniikkityö on vastaavasti ainutkertaisen ja toistamattoman työn tuottamista, ja mittatilaustyö mittojen toisin sanoen toiveiden mukaan tuotettua työtä.

Myös Anne Asension mukaan tulevaisuuden designtrendeissä tuotteilta odotetaan kullakin kuluttajalle yksilöityä persoonallisuutta, mahdollisuutta vaikuttaa siihen, että tuotetta voi muokata itselle omannäköisen. Myös omat yksilölliset ratkaisut ja keksinnöt koetaan Asension mukaan entistä tärkeimmiksi. (Ekegren 2012, 82.) Tulevaisuuden luksusesineet ovat kuluttajalle, ja kuluttajan toivomusten mukaan, valmistettuja ja jopa hyvin henkilökohtaisia. Palvelut, kuten oma stylisti tai pääsy jonon ohi, ovat osa uuden luksuksen tulemistä. Perinteisen statushakuisen ja kalliin luksuksen rinnalle tai sitä syrjäyttävänä tulee personoitu, käsintehty, ekologinen, esteettinen ja eettinen luksus. Eksklusiivisuus, se että kaikki eivät voi saada tuotetta tai sen hankkimiseen tarvitaan erityistä tietotaitoa ja vaivaa kalliin hinnan sijasta, yhdistetään tulevaisuuden luksukseen. (Niemelä 2012.) Tästä vastuullisesta kuluttamisesta käytetään termiä ekoluksus, jonka kaltaisista

tuotteista ja palveluista ollaan myös tarvittaessa valmiit maksamaan enemmän (Suominen 2012, 24). Trendi on kansainvälinen, mutta kuluttajatutkimustenkin perusteella on koettu, että kuluttajat Suomessa ovat asiasta valveentuneita. Asenteet ekologisessa kuluttamisessa ovat kaikissa kansan kerrostumissa muuttumassa myönteisemmäksi, vaikka tarjonta Suomessa on suppeaa. (Niemelä 2012; Suominen 2012, 23–24.)

Yksilöityvä kulutus ja globaalin kysynnän diversiteetti on aiheuttanut sen, ettei standardituotteilla kyetä välttämättä tyydyttämään kuluttajien eriytyneitä haluja ja tarpeita. (Castells 2001, Ålmanin 2006, 249 mukaan). Ålman (2006) toteaa Palveluiden suunnittelua yksilöityvän kulutuksen aikana –artikkelissaan, että tuotteiden ja palveluiden suunnittelulla pitäisi vastata siihen, miten kuluttajat vaativat tuotteiltaan ja palveluiltaan yksilöllisiä ominaisuuksia. Ja kulutuksen kasvun tukemisen sijasta olisi pikemminkin tarjottava apuvälineitä käyttäjätasoisempien tuotteiden suunnitteluun. ”Huolellisesti suunnittelulla kustomoinnin ja personoinnin avulla olisi mahdollista palvella eriytyneitä tarpeita ja haluja yhä paremmin.” (Ålman 2006, 249).

Kristiina Soini-Salomaan tulevaisuustutkimuksessa ”Luova voima – muotoilun ja käsi- ja taideteollisuuden tulevaisuus” esitettiin neljä näkökulmaa: ammatilliset avaintaidot, toimintamallit, ammatillinen identiteetti ja toimintaympäristö. Niistä avainsanoina nousivat muun muassa ensimmäisessä näkökulmassa asiakaslähtöisyys ja erikoistuminen, toisessa kustomoitu valmistus ja räätälöidyt tuotteet, kolmannessa vahva suunnittelijaorientaatio ja neljännessä ekologiset arvot. Aineisto perustuu luovien alojen asiantuntijoiden haastatteluihin, luovien alojen yrittäjien tulevaisuustyöpajaan, alalle valmistuvien opiskelijoiden ammatillisista tulevaisuustarinoihin sekä asiantuntijaneelin työskentelyyn. (Soini-Salomaa 2011, Palmenia 2012.)

3.2 Suunnittelupalvelun konsepti

Näen potentiaalinen konseptoitujen muotoilun suunnittelupalvelujen tuottamille räätälöidyille tuotteille, jotka ovat ekoluksusta. Laadukkaasta ekologisesta villasta valmistettavat neuletuotteet voidaan räätälöidä kuosilla asiakkaille ja valmistaa pienissä erissä. Räätälöityjen tuotteiden arvo eli hyöty asiakkaalle on, että ne ovat hänen toivomustensa mukaan valmistettuja ja niitä ei saa mistä vain. Tuotteet ovat laadukkaista materiaaleista valmistettuja yksilöityjä muotoilutuotteita.

Räätälöidyn tuotteen suunnittelupalvelussa neuletekstiilituote tulvaisiin räätälöimään neulekuosilla ja tuottamaan teollisella neulekoneella lähituotantona alihankintayhteistyökumppanin kanssa. Kuosi tuotteeseen suunniteltaisiin mittatilauksena asiakasyhteistyössä standardimallisiksi (platform) suunniteltuihin tuotteisiin. Tuotevalikoima olisi rajattu joukko erilaisia sisustus- tai asusteneuletuotteita tietyissä kokoluokissa. Tekniikasta ja suunnittelun muista lähtökohdista kerron tarkemmin luvussa viisi Asiakaskeskeinen suunnitteluprosessi.

Ideana palvelussa on, että toimin itse muotoilijana ja tekstiilisuunnittelijana, palvelun tarjoajana. Palvelua voisi realistisesti tarjota toiminimiyrittäjä tai yritys. Palvelun asiakkaiksi olen rajannut kulttuuritahot, museot ja designia myyvät tai ostavat yritykset, jotka voisivat ostaa tämänkaltaista tuotteen suunnittelupalvelua hankkiakseen myyntituotteita sekä tuote- ja yrityslahjoja. Palvelun asiakkaita voisivat olla potentiaalisesti myös kuluttajat, mutta haluan luoda palvelun, jossa teettäviä tuotteita valmistettaisiin kuluttajille tyyppillisten uniikkikappaleiden sijasta pieniä eriä eli piensarjoja. Näen kyseiset rajaamani asiakkaat piensarjojen ostajina. Piensarjan tuottaminen on kustannuksiltaan huomattavasti huokeampaa suuremman tuotantomäärän vuoksi.

3.3 Suunnittelupalvelujen ja räätälöityjen tuotteiden kartoitusta

Kartoitin eri muotoilualan yritysten ja toimijoiden suunnittelupalveluna sekä mittatilauksena räätälöityjen tuotteiden tarjontaa. Nostin esiin omaa palveluani vastaavat tai sitä sivuavat suunnittelutuotteet ja palveluntarjoajat. Esimerkit ovat pääasiassa tekstiili tuotteista. Tuotteen suunnittelu ja valmistus ovat asiakaskohtaisia. Tarkastelen nimenomaan muotoilualan itsenäisiä yrityksiä ja toimijoita, jotka suunnittelevat ja myös valmistavat tuotteensa asiakkaalle ja tarjoavat niin sanotusti koko paketin omalla nimellään.

Korusuunnittelijat, puusepät sekä vaatesuunnittelijat tuovat eniten räätälöityjen mittailaustuotteiden sekä uniikkikappaleiden valmistamisen mahdollisuutta esille. Asiakkaina ovat tyyppillisesti kuluttajat, esimerkiksi korusuunnittelussa vihkisormuksen teettäminen tai räätälillä pukujen valmistuttaminen. Tekstiilien, kuten kirkkotekstiilien, valmistus on aina räätälöityä suunnittelua tekstiilisuunnittelijan tilauksesta (Isonimi 2013). Erilaiset muotoilualan yritykset ja toimijat markkinoivat jonkun verran mittatilauksena räätälöityjen tuotteiden suunnittelupalveluita. Tässä yhteydessä käytetään termejä kuten mittailaustyö, asiakastyöt, räätälöidyt tuotteet, yritystuotteet, profiloitunut liikelahjat, imagotuotteet ja pr-tuotteet. Oman palveluni tuotteet kuuluvat mittatilauksella räätälöityihin tuotteisiin, joita

voi ostaa liikelahjoiksi, imago- ja pr-tuotteiksi asiakkaasta riippuen. Yritykset ja toimijat markkinoivat suunnittelupalveluitaan nettisivuilla yleensä hyvin ytimekkäästi ja pyytävät ottamaan yhteyttä. Markkinointi ei ole näkyvää tai juurikaan konseptoitua, palvelun hinnoittelusta puhumattakaan. Pääperiaate kuitenkin on, että asiakaskohtainen suunnittelu-työ tehdään yksilöllisten tarpeiden mukaan, joka maksaa aina vähän enemmän. Räätlöidyn tuotteen hintaan vaikuttaa myös se, että kuinka suurelta osin valmistaminen on käsityötä ja kuinka suurelta osin automatisoitua.



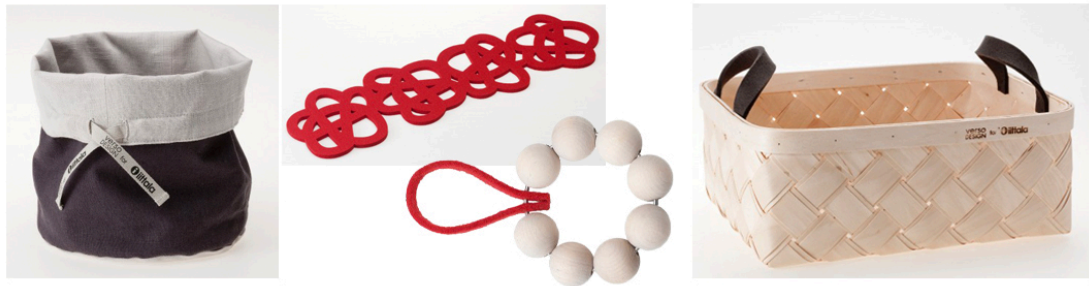
Kuva 1: Superyellow'n tuotteita UU-Theorylle, Nord Pool Finlandille ja Blue 1:lle.



Kuva 2: Globe Hopon tuotteita WDC Helsinki 2012, Posti ja WWF.

Muotoilualan yritykset ja toimijat tekevät mittatilauksena räätälöityjen tuotteiden suunnittelua myös toisille yrityksille, tahoille sekä tapahtumille. Kahden yrityksen välisistä tai muotoilualan toimijan ja yrityksen välisistä räätälöityjen tuotteiden projekteista on yllättävän vaikea löytää konkreettisia esimerkkejä, sillä niitä markkinoidaan vähän esimerkiksi toimijan referensseissä tai jätetään tuomatta esiin mahdollisesti yhteistyökuvioiden salassapidon vuoksi. Ei ole myöskään itsestään selvää, korostuuko mittatilauksena räätälöidyn tuotteen palveluntarjoajan oma brändi esimerkiksi niin, että oma logo on tuotteessa. Yleinen käytäntö muotoilukentällä on, että suunnittelijan nimi näkyy jollakin tavalla. Superyellow ja Globe Hope ovat esimerkkejä näkyvistä brändeistä, jotka tekevät mittatilauksena räätälöityjä tuotteita oma logo näyttävästi esillä. Superyellow valmistaa trikoo-pipoja asiakkaalle mittatilauksena suunnitelluilla painatuksilla (ks. Kuva 2) ja Globe Hope valmistaa kestävän kehityksen periaatteiden mukaisesti erilaisia kierrätysmateriaaleista

tehtyjä asuja ja asusteita asiakaskohtaisella personoinnilla ja mahdollisella asiakasyrityksen omalla kierrätysmateriaalilla (ks. Kuva 3). Asiakkaan mahdollisuus saada oma logo tai printti tuotteeseen saatetaan yleensä mainita räätälöidyn tuotteen suunnittelu- palvelun yhteydessä, samoin esimerkiksi mahdollinen tuotteeseen kuuluva riippu- tai tuotelappu, pakkaus, kuljetus asiakkaalle ynnä muut palvelut. (Superyellow 2013; Globe Hope 2013; Pentik 2013; Aarikka 2013; Verso Design 2013)



Kuva 3: Verso designin litalalle suunnittelemlia tuotteita

Verso designin litalalle suunnittelemla keittiötekstiilien ja -välineiden tuotekokoelma on selkeä kahden muotoilualan yrityksen yhteistyössä tuotettu mittatilauksena räätälöity kokonaisuus (Ks. Kuva 3). Marja Kurki on suunnitellut räätälöityjä tekstiilisilkkituotteitaan eri tahoille oman mallistonsa lisäksi kauan. Hän on muun muassa suunnitellut ja valmistanut Helsingin yliopistolle silkkihuvit ja kravattit omalla kuosilla (Ks. Kuva 4). Marja Kurki markkinoi nimeämiään omakuoseja yrityksille ja yrityspalvelua seuraavasti: ”Niiden designeissa on lähtökohtana yrityksen tai sen tuotteiden ydin, se luontainen voimatekijä, jolla ihmisten sydämet valloitetaan. Oma huivi tai solmio on aina omaperäinen. Se soveltuu pieneen ja suureen tilaisuuteen, jatkuvaan edustamiseen, lahjaksi liikekumppaneille. Se toimii myös nimenmuutoksen tai fuusion yhteydessä, vuosi- ja merkkipäivinä, lanseerausten tukena, sisäisen markkinoinnin ja motivoinnin osana. Visuaalisen kommunikaation voimaa ei sovi väheksyä. Eikä silkin kosketusta edes voi.” Mielestäni Marja Kurki avaa mittatilauksena räätälöidyn tuotteiden mahdollisuuksia hienosti markkinoinnissaan. (Verso Design 2013; Marja Kurki 2013; Helsingin yliopisto Shop 2013.)



Kuva 4: Maria Kurjen Helsingin yliopistolle suunnittelemlia silkkituotteita.

Olennaista mittatilauksena räätälöityjä tuotteita tarjoavilla yrityksillä ja toimijoilla on joku erityistaito, tekniikka, laitteisto, materiaali tai vastaava. Itselläni laadukkaat ekologiset lankamateriaalit, suunniteltu kuosi ja neuletekniikka ovat tällaisia tekijöitä. Karkelo on esimerkki yrityksestä, joka valmistaa yksilöllisiä kudottuja sisustus- tai vaatetus-kankaita sekä tekee liikelahjoja ja kirkkotekstiilejä pelkästään asiakastilauksina. Sillä on Suomessa tapahtuva valmistus, laitteet ja tietotaito. Katariina Guthwert on esimerkki pienemmästä toimijasta, joka valmistaa käsintehtyjä valokuviiin perustuvia urhoollisuusmitalirintakoruja myös tilaustyönä asiakkaille, kuten Ateneum-museolle toteutetut Helen Schjerfbeck –näyttelyn aiheiset korut. The Natur Life on omaa palveluani vastaava esimerkki, joka tarjoaa mittatilauksena räätälöityjen tuotteiden suunnittelupalvelua. Sen valmistustekniikka ja materiaali ovat eriä, mutta tuotteista peitot samoja. Yritys valmistaa tuotteen halutulla kuvalla kudottuna tai suunnittelee yrityksen toiveiden mukaisen tuotteen. Asiakkaille räätälöityjä ja mittatilauksena teetettyjä tuotteita ja suunnittelupalvelua tarjoavat myös liikelahjayritykset. Suomalainen liikelahjayritys Muototalo Bravo on hyvä esimerkki, jonka liikelahjatuotteiden valmistus painottuu Suomeen ja muotoiluun. Bravo myy esineviestintää ja sitä kautta asiakkaille tehtyjä tuotteita, joiden valmistamisessa se käyttää pääasiassa anonyymeja alihankintayhteistyökumppaneita ja suunnittelijoita, kuten lasimuotoilijoita, korusuunnittelijoita, keramiikkoja, puuseppiä ja muita erikoiskäsityöntekijöitä (ks. Kuva 5). (Karkelo 2013; Guthwert 2013; The Natural Life 2013; Granlund & Meriluoto 2012; Muototalo Bravo Oy 2009.)



Kuva 5: Yritykset Karkelo, Katariina Guthwert, Muototalo Bravo ja The Natur Life valmistavat että suunnittelevat mittatilauksena räätälöityjä tuotteita.

4 KÄYTTÄJÄTUTKIMUS

Käyttäjä on suunnittelijan muusa (Mattelmäki 2006, 41). Käyttäjakeskeisyys on opinnäytetyöni tutkimuksessa keskeisessä roolissa. Lisäksi asiakkaan ymmärtäminen on olennaista asiakkaille suunnatussa suunnittelupalvelussa. Opinnäytetyön yhteistyökumppanit, hypoteettiset asiakkaat, toimivat siis palvelun muusina, joiden havainnot ja kokemus, omieni lisäksi ovat keskeisiä suunnittelun, päätöksenteon ja arvioinnin työkaluja palvelun suunnittelussa. Luvussa kuvataan käyttäjakeskeisen suunnittelun teoriaa ja sen pohjalta tämän työn käyttäjätutkimusta.

4.1 Käyttäjakeskeinen suunnittelu

Käyttäjakeskeinen suunnittelussa otetaan huomioon käyttäjä suunnitteluprosessissa (Huotari ym. 2003, 19). Käyttäjäkokemuksen suunnittelussa painopiste on suunnittelijoiden osallistumisessa käyttäjätutkimukseen (Fulton Suri 2003; Hanington 2003, Mattelmäen 2006 mukaan). Käyttäjakeskeisessä suunnittelussa käyttäjän kokemukseen tutustutaan kuuntelemalla, katsomalla ja antamalla mahdollisuus ilmaista: mitä ihmiset sanovat, mitä he tekevät, mitä he ajattelevat ja mistä he unelmoivat. (Mattelmäki 2006, 32)

Käyttäjakeskeistä suunnittelua voidaan lähestyä useilla eri menetelmillä, joilla kerätään käyttäjätietoa suunnittelun avuksi. Ihmiskeskeisistä tutkimusmenetelmistä sovelletut menetelmät ja innovatiiviset menetelmät ovat laadullisia menetelmiä, eli ne tarkastelevat käyttäjiä subjektiivisesti, toisin kuin määrälliset menetelmät. (Mattelmäki 2006 38.) Laadullinen, kvalitatiivinen tiedon menetelmät perustuvat mielipiteisiin sekä niiden syy- ja seuraussuhteisiin (Tuulaniemi 2011, 143–144). Subjektiivisuutta, eläytymistä ja elämyksellisyyttä korostavat työtavat asettavat suunnittelijan kyvyt koetukselle ja synnyttävät tarpeen samaistua käyttäjän tilanteeseen. Inhimillinen käyttäjän kokonaisvaltainen ymmärtäminen on suunnitteluempatiaa, jossa suunnittelija kuvittelee itsensä toisen ihmisen asemaan. Toisen ihmisen henkilökohtaisten, kulttuurillisten ja sosiaalisten tekijöiden sekä tulkintojen laajalla ymmärtämisellä arvioidaan ja tehdään suunnitteluratkaisuja. (Mattelmäki 2006, 40–41.)

4.1.1 Käyttäjakeskeinen palveluiden suunnittelu

Palvelu on abstrakti tuote, joka ratkaisee asiakkaan ongelman. Teko, tapahtuma, toiminta tai suoritus on palvelua. Se on tapahtumien ja prosessien summa, joka on pääasialli-

sesti aineetonta toimintaa ja hyötyä, mutta joskus lopputuloksena voi syntyä fyysinen tuotos. (Tuulaniemi 2011, 59.) Esimerkiksi konsultointi tai pöydän teettäminen ovat palveluita. Palvelumuotoilu on palveluiden kokonaisvaltaista kehittämistä, eli olemassa olevien tai kokonaan uusien palveluiden, käyttäjäkeskeistä innovointia ja kehittämistä muotoilun menetelmin. Lähtökohtana voi olla palveluihin liittyvien esineiden, tilojen ja palveluprosessien suunnittelu. (Miettinen 2011, 30; Vallinkoski 2012, 15.) Palvelumuotoilun avulla varmistetaan, että palvelun toiminnallisuus ja muoto ovat asiakkaan näkökulmasta hyödyllisiä ja palveluntarjoajan näkökulmasta tehokkaita ja erottuvia (Magner 2009, 34).

Käyttäjän eli asiakkaan ymmärtäminen on palvelumuotoilussa keskiössä. Palvelumuotoilussa palvelun kehitysprosessiin osallistuvat palvelun käyttäjät. (Miettinen 2011, 22–23.) Palvelumuotoilussa korostetaan ymmärrystä siitä, että miten asiakkaat kokevat palvelun ja käyttävät sitä (Koivisto 2011, 49). Kun palvelun suunnittelu lähtee asiakasymmärryksestä, käyttäjien tarpeet ja odotukset ovat palvelun suunnitteluprosessin lähtökohtana ja joilla varmistetaan palvelun käytettävyyttä (Miettinen 2011, 23). Palvelumuotoilun tavoitteena Tuulaniemen (2011, 111) mukaan on ymmärtää paremmin ihmisiä, heidän elämänsä ja tarpeitaan, havaita uusia mahdollisuuksia (palvelu- ja liiketoimintamahdollisuudet), suunnitella toimivia palveluja ja toteuttaa tehdyt suunnitelmat. Palvelun laatua ja palveluntarjoajan ja asiakkaan välistä vuorovaikutusta pyritään parantamaan ihmisten, viestinnän ja materiaalien suunnittelulla (Vallinkoski 2012, 15). Käyttäjien mukana olemisella saadaan määriteltyä vaatimukset ja suunnitteluratkaisuissa saadaan suoraa palautetta testaamisella. Ja siksi on hyvä että käyttäjät otetaan mukaan projektiin mahdollisimman aikaisessa vaiheessa. (Huotari ym. 2003, 19.)

Palvelumuotoilussa käyttäjäkeskeisyys haastaa muotoilijat työskentelemään ihmisten kanssa (Miettinen 2011, 22–23). Palvelumuotoilija tarvitsee sosiaalisia taitoja, kykyä asettua käyttäjän asemaan, visuaalista ajattelua ja luovuutta (Miettinen 2009, 60). Käyttäjälähtöisyys palvelussa on ollut itsestään selvää jo aiemmin, mutta palvelumuotoilussa työskentely asiakkaan tai yhteistyökumppanin kanssa on vielä ratkaisevammassa osassa palvelun suunnittelua ja sen analysointia (Miettinen 2011, 23). Palvelumuotoilussa erityistä on, että siinä käytetään palvelun suunnittelun apuna muotoilun menetelmiä, joilla saadaan useilla eri tasoilla käyttäjien ja heidän tarpeensa hyödynnetyksi palvelun kehittämisessä (Thurston 2009, 151). Menetelmät ovat tutkimuksen, ajattelun ja visualisoinnin apuna (Miettinen 2009, 61). Nimenomaan muotoilun luovien työskentelytapojen avulla tuotetaan kokonaan uusia ratkaisuja suunnitteluongelmiin. (Miettinen 2011, 27.) Käyttäjätutkimus on suunnittelijalle työväline, jossa käyttäjän näkemykset otetaan selvälle, vaikka niistä olisi ollut oikea oletamus, mutta ne tulee testattua käyttäjän näke-

mysten tai toimintaa vasten (Huotari ym. 2003, 20). Käyttäjätutkimus auttaa rajaamaan ja priorisoimaan vaihtoehtoja kun niitä on suunnitteluvaiheessa tarjolla vielä liikaa (Huotari ym. 2003, 21).

4.1.2 Palvelun arvo

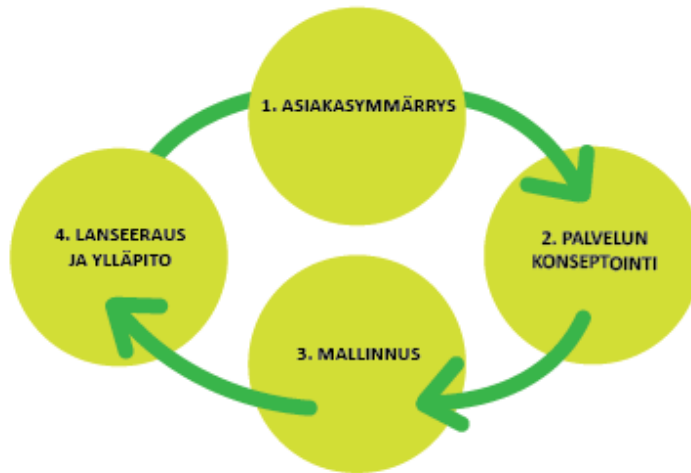
Arvo on asiakkaan tai sidosryhmän kokema hyödyllisyys palvelusta (Tuulaniemi 2011, 30). Palvelun arvo määritellään palvelun tuottamien hyötyjen ja palvelun aikaansaavien uhrausten erotuksena. Uhraukset ovat taloudellisia eli rahallisia että toiminnallisia eli palvelun hankintaan käytettyä vaivaa. Asiakas kokee saavansa arvoa, kun tuote, palvelu tai niiden yhdistelmä vastaa asiakkaan tarpeeseen tai ratkaisee hänen ongelmansa. (Kinnunen 2003, 21; Tuulaniemi 2011, 30–31.) Palvelusta saatu arvo eli hyöty on yleensä suurempi, mitä helpommin, sujuvammin ja miellyttävästi asiakas palvelun saa (Kinnunen 2003, 7). Ihmisten välinen vuorovaikutus, kokemus, on palvelun merkittävin arvo (Tuulaniemi 2011, 59).

Arvon muodostavia elementtejä ovat muun muassa: brändi, helppokäyttöisyys, hinta, muotoilu, ominaisuudet, tekemisen helpottaminen, saavutettavuus, säästö, tuoteräätöinti, uutuusarvo ja riskin pienentäminen (Tuulaniemi 2011, 34-37). Asiakas muokkaa käsitystä arvosta jo palvelun aikana ja sen jälkeen, joten asiakkaan käsitys palvelutapahtuman arvosta on muuttuva (Kinnunen 2003, 21). Palvelumuotoilussa, palvelua suunniteltaessa palvelun arvoa luodaan yhdessä käyttäjän ja hänen kokemuksiansa kautta (Miettinen 2011, 22–23). Asiakasymmärrys tarkoittaa asiakkaan arvon muodostamisen ymmärtämistä eli mistä elementeistä arvo muodostuu palvelussa asiakkaalle (Tuulaniemi 2011, 71).

4.1.3 Palvelumuotoiluprosessi

Palvelumuotoiluprosessi on luovan ongelmaratkaisun periaatteita noudattava prosessi palvelun kehittämisessä (Miettinen 2011a, 18). Jokainen prosessin vaiheista kuvaa eri tehtävien ja tavoitteiden kautta palvelumuotoiluprosessia, jonka jokainen askel tähtää asiakkaan ja hänen tarpeiden, unelmien ja toiveiden ymmärtämiseen ja paremman palvelun muotoiluun (Moritz 2005, 123; Tuulaniemi 2011, 126). Tämä on myös tavoitteena omassa palvelussani. Toistuvista tapahtumista muodostuva palvelumuotoiluprosessi ei ole mahdollista toimia yhdenmukaisena mallina kaikenlaisten palveluiden kehittämisessä ja kaikissa tilanteissa, mutta toimii hyvänä toimintarunkona kehittämiselle (Tuulaniemi

2011, 126). Havainnollistan palvelumuotoiluprosessia Miettisen (2011, 36–37) prosessikuvauksen kautta (ks. Kuvio 2). Eri vaiheissa palvelumuotoiluprosessia käytetään erilaisia muotoilututkimuksen menetelmiä ja toimintatapoja palvelun suunnittelemiseksi (Miettinen 2011, 34). Palvelumuotoiluprosessi lähtee 1. asiakasymmärryksestä jota seuraa palvelun 2. konseptointi 3. mallinnus ja lopuksi 4. lanseeraus ja ylläpito.



Kuvio 2: Palvelun suunnittelun, palvelumuotoiluprosessin vaiheet

4.1.4 Palvelupolku

Palvelupolku rakentuu kaikesta siitä, minkä kanssa asiakas joutuu kosketuksiin, kun hän käyttää palvelua tai tuotetta (Manninen & Ugas 2012, 6). Palvelun tuotantotapa, rakenne ja päävaiheet hahmotetaan palvelupolulla (Koivisto 2011, 49–53) Palvelupolku koostuu toisiaan seuraavista palvelutuokioista. Palvelutuokiot ovat yksittäisiä osavaiheita asiakkaan kokemasta palvelusta, joissa tapahtuu palvelun tuotanto ja vuorovaikutus. Palvelupolun palvelutuokioihin muodostumiseen vaikuttaa sekä palveluntarjoajan asettama tuotantoprosessi että asiakkaan omat valinnat. (Koivisto 2011, 49–53; Manninen & Ugas 2012.)

Yksittäiset palvelutuokiot muodostuvat lukuisista kontaktipisteistä, joiden kautta asiakas aistii (kuulo, näkö, maku, näkö, tunto) palvelun ja sen brändin. Kontaktipisteet ovat palvelun muodostavat yksityiskohdat. Niitä ovat palvelun fyysiset tai virtuaaliset ympäristöt (paikat, tilat, kanavat), esineet, joita asiakas käyttää (tavarat, laitteet), toimintatavat, jotka ohjaavat ja viestivät palvelua (käyttäytymiskoodit, tavat, rutiinit) ja ihmiset, palvelun käyttäjät ja palvelun tuottajat (roolit, toimintamallit, asiakaspalvelu). Kontaktipisteillä avulla pystytään muotoilemaan yksittäiset palvelutuokiot asiakkaan tarpeita ja odotuksia vas-

taaviksi että halutun strategian ja tavoitteiden mukaisesti. (Tuulaniemi 2011, 80–82; Koivisto 2011, 49–53.) Kaikkien aistiärsykkeiden huomioiminen palvelun eri kontaktipisteissä on palvelumuotoilua parhaillaan, jota kutsutaan ambient designiksi (ambient eli ympäröivä). Ambient designissa hyödynnetään ääniä, valoja, värejä, materiaaleja, tuoksuja ja makuja erilaisten tunnelmien luomiseksi, joilla on tarkoitus vaikuttaa asiakkaaseen ja puhutella häntä. (Tuulaniemi 2011, 80–81.)

Palvelupolku tuottaa asiakkaalle arvoa tuottavan palvelukokonaisuuden ja asiakaskokemuksen (Koivisto 2011, 49–50). Palvelupolun avulla hahmotetaan palvelukokonaisuus asiakkaan näkökulmasta ja havaitaan mahdolliset ongelmakohdat ja kehittämismahdollisuudet (Hämäläinen & Lammi 2009, 188; Manninen & Ugas 2012, 6). Polun avulla voidaan suunnitella millaisia palveluja asiakkaalle tarjotaan ajan saatossa. Palvelupolkua muokkaamalla, esimerkiksi palvelupolkua, kontaktipisteiden ja palvelutuokioiden määrää lisäämällä tai vähentämällä, voidaan ratkaista palvelun ongelmakohdat ja riskit. Kontaktipisteiden määrään palvelutuokioissa vaikuttaa niiden olennaisuus ja tärkeys asiakkaan kannalta eli mitkä tuottavat asiakkaalle paljon arvoa vähin kustannuksin. (Koivisto 2011, 50–51, 53.)

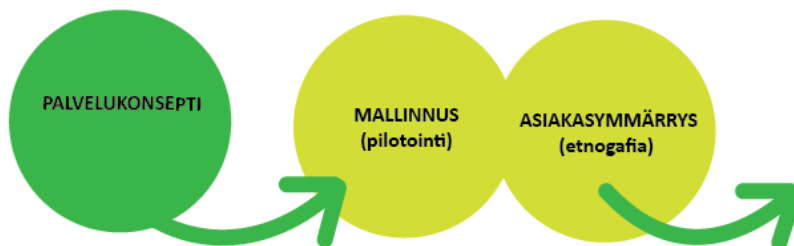
4.1.5 Palvelupaketti

Palvelupaketti kuvaa, että mitä asiakkaalle tarjotaan. Paketin ydinpalvelut vastaavat ensisijaisiin tarpeisiin ja liitännäispalvelut toissijaisiin tarpeisiin. Palvelupaketin ydinpalvelu, palvelun perusta, on se minkä takia asiakas ostaa palvelun. Liitännäispalvelut ovat palveluita liittyen ydinpalveluun, jotka tekevät siitä toimivan, elämyksellisen, kilpailukykyisen ja ovat tie menestyvään palveluun. Liitännäispalveluista alustavat palvelut mahdollistavat ydinpalvelun käytön. Esimerkiksi ydinpalvelun ollessa lentomatkat, alustavia palveluita ovat lähtöselvitys ja turvatarkastus. Liitännäispalveluista tukipalvelut, jotka eivät ole riippuvaisia ydinpalvelun kuluttamisesta, tekevät palvelun käyttämisestä miellyttävämpää ja kilpailijoista erottuvaa. Tukipalvelut, esimerkiksi kahvikupin tarjoaminen tai palveluympäristön miellyttävyys, ovat keinoja palvelun erilaistamiseen ja asiakasuskollisuuden synnyttämiseen. Lisäpalvelut antavat palvelulle lisäarvoa ja ovat tekijänä, joka saa asiakkaan käyttämään palveluntarjoajan palvelua uudestaan. (Grönroos 2000, Koiviston 2011, 44–45 mukaan.)

4.2 Rajattu käyttäjätutkimus

Opinnäytetyössäni sovellan käyttäjäkeskeistä suunnittelua, etenkin käyttäjäkeskeisen palvelumuotoilun suunnittelumenetelmiä ja näkökantoja, saadakseni inspiraatiota, havaintoja ja konkreettisia ratkaisuja palvelun suunnittelemiseen. Haastan itseni työskentelemään ja suunnittelemaan kuosin asiakkaan kanssa, joka on tilanteena uusi. Tarvitsen prosessissa sosiaalisia taitoja, kykyä asettua käyttäjän asemaan, visuaalista ajattelua ja ennen kaikkea luovuutta. Käyttäjätutkimukseni rajautuu kuosisuunnittelunprosessiin suunnittelupalvelussa.

Jos palvelu suunniteltaisiin alusta loppuun, se etenisi suurin piirtein esittämäni palvelumuotoiluprosessin vaiheiden kautta jatkuvasti ylläpidettäväksi palveluksi. Opinnäytetyöni sijoittuu palvelumuotoiluprosessissa palvelukonseptin, asiakasymmärryksen ja mallinnuksen vaiheisiin. Mallinnusvaiheessa palvelua kehitetään erilaisten mallinnustekniikoiden avulla. Mallinnus on palvelun testaamista, jossa testataan palvelukonseptin toimivuus. (Tuulaniemi 2011, 194; Vaahtojärvi 2011, 131–143.) Palvelumuotoiluprosessin näkökulmasta minulla on jo palvelukonsepti, kokonaiskuva palvelusta, joka ei ole lopullinen (Tuulaniemi 2011, 189). Ideani testaamiseksi palvelukonsepti on tarkoitus toteuttaa mallinnuksella, tarkemmin lähes valmiin palvelun pilotoinnilla, jonka tavoitteena on kasvattaa asiakasymmärrystä ja ymmärrystä palvelusta. Pilotointi on koemallintamisen (protypointi) muoto. Pilotoinnin tarkoituksena on testata koemallin perusteella palvelu oikeiden asiakkaiden kanssa pilottiympäristössä.



Kuvio 3: Opinnäytetyön palvelumuotoiluprosessin vaiheet

Käyttäjäkeskeisen suunnittelun tutkimusmenetelmistä hyödynnän pääasiassa sovellettuja menetelmiä, jotka ovat tyypillisesti havainnointia, kuten ihmistieteistä lainatut etnografiset menetelmät. Niissä etsitään, rajataan, määritetään sekä tuotetaan vaihtoehtoisia ja parhaassa tapauksessa hyviä ratkaisuja. (Mattelmäki 2006, 35-38; Tuulaniemi 2011, 146–147) Etnografian käyttö palvelukehitysprosessin alkuvaiheessa, käyttäjien ja käyttö-

kontekstin ymmärtämisessä, palveluideoiden synnyttämisessä, konseptoinnissa ja arvioinnissa, on Hämäläinen ym. mukaan tutkimuksien perusteella hyödyllistä suunnittelussa (Hämäläinen ym. 2011, 69). Etnografiset menetelmät ovat keskeisessä asemassa palvelumuotoilussa, siinä tilanteessa kun tutkitaan ihmisten arvoja, tarpeita ja toiveita, joista pyrin tässä työssä myös tulemaan tietoiseksi (Tuulaniemi 2011 147). Tutkimuksessani erityisesti korostuu muotoiluetnografia, jossa muotoiluprosessin alkuvaiheen tiedonhankinnan lisäksi kerätään käyttäjätietoa yhdessä käyttäjien kanssa tai itse kokemalla oppien. Koettu tieto on tarkoitus tulkita ja hyödyntää luoden tuotteelle, esineelle tai palvelulle käyttäjän näkökulmasta merkityksiä. Prosessin tarkoitus on olla luonteeltaan ratkaisuhakuista ja siten luontevaa muotoilijalle, eli ongelmia voidaan ratkaista jo siinä vaiheessa kun niitä havaitaan. Käyttäjän sanattoman tiedon ja vuorovaikutuksen kautta on tarkoitus laajentaa käsityksiä siitä, että miksi käyttäjät tekevät ja toimivat tietyllä tavalla ja mikä sen merkitys on esineen, tuotteen tai palvelun kokemisessa. (Hämäläinen ym. 2011, 64–71.)

Tarkoitukseni on käyttäjäkeskeisyyden periaatteiden mukaisesti tuoda käyttäjä eli asiakas mahdollisimman varhaisessa vaiheessa mukaan osaksi palvelun suunnittelua ja testata hahmottelemani kokonaisuus heti käytännössä. Käyttäjät, joilta kerään asiakastietoa, ovat palvelun potentiaalisia asiakkaita. Havainnoin sekä haastattelen heitä pilotoinnin aikana. Tarkoitus on saada asiakkaalta vastauksia kysymyksiin: millaisena he näkevät palvelun, mitä havaintoja he itse tekevät prosessin aikana ja mitä he haluaisivat palvelulta. Perimmäisenä tarkoituksena on saada vastaus kysymyksiin: miten suunnitteluprosessi kannattaa toteuttaa ja kuinka ideasta saisi toimivan palvelun.

Pilotoinnin avulla haluan saada suoraa käyttäjäpalautetta suunnittelupalvelun palvelupolun ja palvelupaketin kehittämiseksi ja samalla ymmärtämään palveluni arvon eli asiakkaan hyödyn paremmin. Etnografisella otteella voi mallintaa käyttäjän näkökulmasta jo olemassa olevaa palvelupolkua. Palvelupolun mallintaminen muotoiluetnografian keinoin on mielekästä, koska se tuo palvelupolkuun yksityiskohtia ja käyttökokemuksia, joista muuten ei saisi tietoa. (Hämäläinen ym. 2011, 63; 69.)

Koemallinnan pilotoinnissa samalla neulekuosisuunnitteluun soveltuvia suunnitteluvälineitä, joita pyrin pilotoinnin aikana avoimesti kehittämään ja arvioimaan. Hahmottelemani palvelukonseptin ei ole tarkoitus olla valmis kokonaisuus, vaikka olen suunnitellut sen testausta varten niin valmiiksi kuin mahdollista. Tietty keskeneräisyys ja muokattavuus tuo suunnitteluun mahdollisuuden kokeilla, onnistua ja erehtyäkin.

5 ASIAKASKESKEINEN SUUNNITTELUPROSESSI

Käyttäjätutkimukseni muodostuu ideoimani palvelukonseptin toteuttamisesta pilottiasiakkailla. Lähdin hakemaan asiakaskeskeisistä suunnitteluprosesseista inspiraatiota, havaintoja ja konkreettisia ratkaisuja palvelun suunnittelemiseen. Seuraavaksi avaan ensin konseptini suunnittelun lähtökohtia ja taustoja tarkemmin, käyn läpi asiakkaiden kanssa käytyjä vaiheittain neulekuosin suunnitteluprosessissa ja lopuksi esittelen syntyneet lopputulokset eli neulekuosimallistot neuletuotteessa.

5.1 Suunnitteluprosessin lähtökohdat

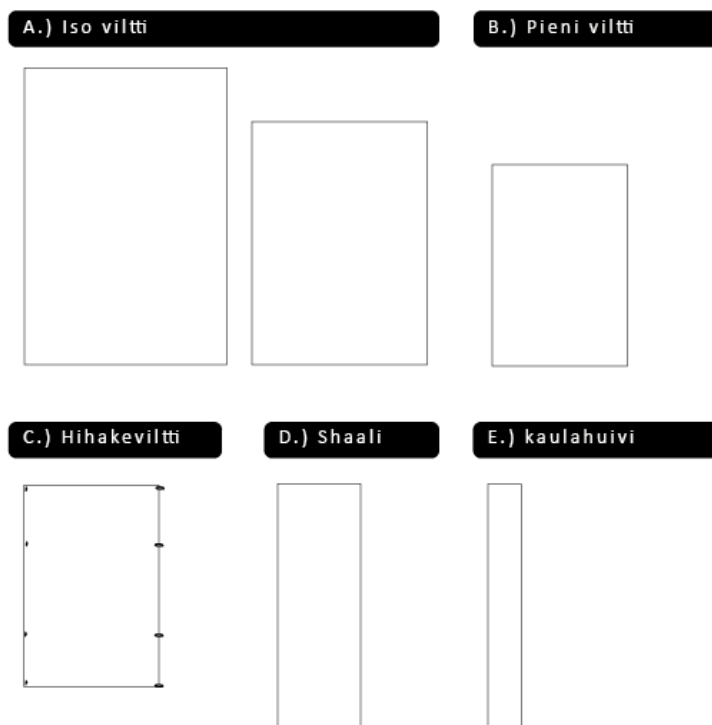
Asiakkaalle suunnitellaan tuotekohtainen kuosi hänen valitsemaansa neuletuotteeseen. Suunniteltava kuosi tuotteessa voi ilmentää asiakkaan yrityksen arvoja ja brändiä tai sen voi linkittää jonkin teemaan/kampanjaan räätälöidysti. Lopputulos prosessissa on tuotantoprosessiin valmis kuosimalli neuletuotteessa.

Opinnäytetyössä käydään läpi pelkästään suunnitteluprosessi. Tuotteen tuottamiseksi seuraava vaihe olisi tuotantoprosessi, joka jää tämän opinnäytetyön tarkastelun ulkopuolelle. Mutta tulen tuottamaan opinnäytetyöhöni asiakasprosesseissa suunnitelluista kuoseista materiaalinäytteet, jotka toimivat opinnäytetyöni havaintomateriaalina, mutta joita voidaan pitää sisällyttynä tuotantoprosessin ensimmäiseen vaiheeseen ennen tuotantoa. Varsinainen tuotantoprosessi pitäisi sisällään tuotteen ja kuvion teknistä hienosäätämistä ja loppuun viemistä tuotantoon ja mahdollisten mallien tuottamisen ennen tuotantoa. Opinnäytetyön yhteistyökumppaneilta pilottiasiakkailta ei veloitetta tuotteen tilaamista, sillä kyseessä on vain suunnitteluprosessi ja käyttäjätutkimus. Mutta suunnitteluprosessi on tuotantolähtöinen, eli realistisesti vietävissä tuotantoon ja suunniteltuja tuotteita on mahdollista tuottaa jälkikäteen. Alihankintayhteistyökumppanina aikaisempien neuletuotteiden valmistamisessa olen käyttänyt Kutomo Holopainen Oy:tä Tuusulassa, jonka kautta hahmotan opinnäytetyössäni tuotteen tuotantoon tähtäävän suunnitteluun ja valmistamiseen liittyviä lähtökohtia. Yritys toimii esimerkkinä räätälöidyn tuotteen suunnittelupalvelun valmistusyhteistyökumppanista, jonka olemassaoloon palvelun lähituotantomahdollisuus perustuu.

5.1.1 Tuotteet

Hahmoteltu tuotevalikoima pilottiasiakkaileni on 5–6 asuste- tai sisustustuotetta. Iso viltti – kaksi kokoa, pieni viltti, hihakeviltti, shaali ja kaulaliina. Tuotteet pohjautuvat A!KU DESIGN -kollektiivin tuotteisiin, jotka ovat toimineet palvelukonseptini inspiraation pohjana. Lisäksi mukana on oma suunnittelemani tuote hihakeviltti – päällepuettava neule, jota voi käyttää hihallisena asuna tai puolipeittona (ks. Kuva 6).

Tuotevalikoimani on rajattu ja asiakaskohtaista räätälöintiä tehdään tuotekohtaisesti. Koin rajatun tuotevalikoiman loogiseksi ja hallittavaksi vaihtoehdoksi palveluntarjoajan näkökulmasta, kun kyseessä on piensarjatuotantoon tähtäävä suunnittelu. Vastaavanlaisia ratkaisuja löytyy myös kaupallisesti toimivissa palveluissa. Piensarjatuottaminen, jossa esimerkiksi koot ja mitat on standardoitu, on myös valmistukseltaan kustannustehokasta kun ollaan valmistamassa enemmän kuin yksi kappale (Holopainen 2012).



Kuva 6: Hahmoteltu tuotevalikoima suunnittelupalvelussa.

5.1.2 Materiaalit

Palvelussani suunnittelun ja tuotteiden tärkeänä tekijänä ja lähtökohtana on nimenomaan neule, johon kuviollinen kuosi suunnitellaan neuletekniikan keinoin teollisella neulekoneella toteutettavaksi. Neule on neulomalla valmistettua kangasta eli neulosta.

Lankamateriaalina neuletuotteissa käytän laadukasta 100 % merinovillaa lankalaatuina puhdas uusi merinovilla ja/tai erittäin hienoa merinovillaa, jotka antavat tuotteille ominaisen laadukkaan tunnun ja olemuksen eli haptisuuden. Merinovillalla tarkoitetaan merinolammasrodusta saatua hienompaa villaa, jonka villakuiduista saadaan ohutta, huokoista ja joustavaa lankaa pitkien ja kiharaisten kuitujen ansiosta (Markula 2003, 65–67). Käyttämäni langat ovat ekologisesti ja eettisesti tuotettuja, mikä tekee tuotteista materiaaliltaan ekologiaa. Langoilla on kansainvälinen Öko-tex-sertifikaatti ja Bluesign-standardi, jotka takaavat ettei haitallisten kemikaalien tasot valmistusprosessissa ole ylittyneet ja langan valmistuksessa huomioitu ekologisesti ja eettisesti kestävä kehitys (Nurmi 2013).

5.1.3 Neuletekniikka

Neuletekniikkana tuotteissa käytetään onteloneuletekniikkaa, jolla saadaan luotua kuviollinen kuosi erivärisillä langoilla. Hyvin pienet ja suhteellisen suuretkin kuviot ja kuviopinta-alat ovat mahdollisia ontelotekniikalla. Suunnitteluprosessissa tuotantokeskeinen suunnittelu pohjautuu neuletekniikan asettamiin mahdollisuuksiin ja rajoitteisiin, jotka otan huomioon suunnittelussa.

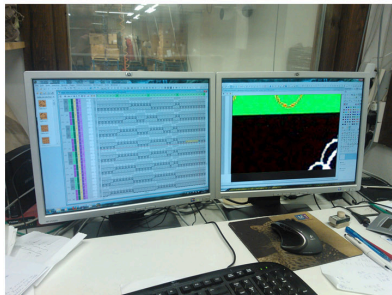
Onteloneuletekniikka on värikuviollinen kudeneulos, joka rakentuu neuloksen leveys-suunnassa periaatteessa yhdestä langasta, jolloin silmukat muodostuvat silmukkarivien eli kerrosten suuntaisesti. Onteloneulokset voivat olla teollisissa neulekoneissa tekniikkanaan kaksi- tai kolmevärisiä. (Piironen 2012.) Opinnäytetyössäni olen päättänyt hyödyntää tuotteissa kaksivärisyyteen pohjautuvaa tekniikkaa. Ontelotekniikassa olennaista on, että neuletuotteet toteutuvat kaksipuoleisina, toisin sanoen niissä ei ole nurjaa puolta, vaan suunniteltu kuvio näkyy käänteisen värisenä toisella puolella (Ks. Kuva 6). Neuloksen yksi kerros rakentuu kahdesta silmukkarivistä, joiden kummallakin puolella näkyvisä on vain oikean puolen silmukoita, jotka sitoutuvat risteillen toisiinsa kuvion mukaan (Piironen 2012). Neuleella on kaksi erilaista käyttöpuolta.



Copyright © Tanja Kallio

Kuva 7: Teollisella neulekoneella tuotettua ohutta onteloneulosta, jossa neuloksen kuvion toinen puoli on käänteisen värinen.

Monivärisiä onteloneuleita voidaan tuottaa teollisilla neulekoneilla, joilla saadaan tuotettua hyvin ohutta neulosta riippuen käytetyistä langoista (ks. Kuva 8). Neuleteollisuuden neulekoneet ovat ohjelmoitavia, suuria, nopeita ja pitkälle automatisoituja CAD-CAM (Computer Aided Design – Computer Aided Manufacturing) laitteistoja (Sinervo 2012). Kuviollisen kuosin suunnittelua neuleelle voi verrata mikä tahansa kuosin suunnitteluun suunnitteluprosessin alkuvaiheen osalta. Mutta kuvion lopullisten yksityiskohtien ja visuaalisuuden loppuun viemisessä täytyy ymmärtää muun muassa neuleen silmukoista muodostuva rakenne, materiaali ja neuletekniikan muut tekniset vaatimukset. Kuvion suunnittelu tehdään lopulta tietokoneella, kuten viimeistelykin eli ohjelmoiminen neulekoneelle.



Copyright © Tanja Kallio

Kuva 8: Teollisen neuletuotannon laitteistoa.

5.1.4 Suunnitteluprosessi

Pilotointiin hahmottelemani suunnitteluprosessin vaiheet ovat suunnittelupalveluni ydin. Ne kertovat, että mistä suunnitteluvaiheista ja asiakastapaamista palvelu koostuisi, eli mikä on palveluni polku. Suunniteltu rajaus ja vaiheet ovat avoimia muutoksille suunnitteluprosessin edetessä. Erityisesti kahden pilottiasiakkaan kautta prosessit ovat myös hyvin yksilöllisiä. Mutta hahmottelemani alustava suunnitelma antaa pohjan viedä

pilotoitava palvelu asiakkaan kokeiltavaksi ja arvioitavaksi, kuin myös minun arvioitavakseni.

Suunnitteluprosessi alkaa asiakkaan kanssa alkuhaastattelulla (ks. Liite 1), jossa kartoitan haluttua kuosin aihetta ja teemaa, tuotetta johon se suunnitellaan ja tuotteen kohde-ryhmää sekä mahdollista myyntiä ja markkinointia edellä mainittuihin liittyen. Prosessin alussa tarkoitukseni on myös tutustuttaa asiakas neuletuotteeseen ja sen materiaaliin valmiiden tuotteiden avulla. Tulen esittämään kuvitetun tuotevalikoiman visuaalisessa muodossa, joka tukee haastattelua (ks. 5.1.1 Tuotteet). Alkuhaastattelun pohjalta aloitan kuosin suunnitteluprosessin, jossa tapaamme asiakkaan kanssa noin neljä–viisi kertaa suunnitellen ja rajaten kuosia asiakkaan toivomaan suuntaan. Tuotan suunnitteluprosessin aikana pääasiassa visuaalista havaintomateriaalia esim. kollaaseja, piirroksia ja ym. luonnoksia suunnittelun avuksi tapauskohtaisesti. Suunnitteilla on myös hyödyntää kirjallista havaintomateriaalia kuten avainsanoja suunnittelun tueksi.

Olen hahmotellut, että haastattelun aiheiden inspiroimana suunnittelen kuvion tai kuvioita, joista tuotan räätälöidyn kuosin tuotteeseen. Tarkoitukseni on suunnitella muutamia erilaisia kuosivaihtoehtoja kuviosta, joiden perusteella asiakkaan kanssa voimme keskustella mieleisestä vaihtoehdosta ja päättää lopullisen. Olen päättänyt tarkoituksen mukaisesti esittää luonnokset aluksi pelkästään mustavalkoisina. Kokemukseni perusteella kuvioita voidaan täten tarkastella puhtaasti muotojen ja rytmien kautta, eivätkä värit vaikuta tarkasteluun. Sopivassa vaiheessa kuosin suunnittelun yhteydessä mukaan otettaisiin muut liikkuvat tekijät, kuten väri vaihtoehdot ja -määrä. Värikarttana toimii saatavissa olevat eriväriset merinovillalankavaihtoehdot.

Valmiista kuosista haluan esittää asiakkaalle malliston, jossa on muutama väri vaihtoehto minimissään yksi-kaksi tai maksimissaan viisi. Väri vaihtoehdot tulevat tukemaan teemaa ja aihetta jota kuviolla on haettu. Lopussa pidän pilotoidusta suunnittelupalveluprosessista palautehaastattelun asiakkaalle sen sujumisesta asiakkaan näkökulmasta ja suunnittelusta lopputuloksista. (ks. Liite 2).

5.2 Kuosisuunnittelu pilottiasiakkaille

Palvelun pilotointiin osallistuvalle Littlefinland-yritykselle ja Helinä Rautavaaran museolle suunniteltiin kuosit neuletuotteisiin syksyllä 2012. Suunnitteluprosessi Littlefinlandin kanssa käytiin etäyhteyksien kuten sähköpostin, puhelimen ja internetin videoneuvotte-

lyhteyden kautta (Skype). Hyödynsin ilmaisia jakamis- ja siirtopalveluja (Dropbox, Picasa) internetin kautta visuaalisen kuvamateriaalin välittämiseksi ja jakamiseksi asiakkaalle. Tein yhteistyötä Littlefinlandin yrittäjän Mari Rotkon kanssa. Helinä Rautavaaran museon kanssa suunnitteluprosessi käytiin henkilökohtaisten tapaamisien kautta hyödyntäen myös sähköposti ja puhelin yhteyksiä tiedonjakamiseen. Museossa yhteyshenkilönä opinnäytetyössäni toimi museon konservaattori Elina Torvinen, joka kautta viestin ja sain palautetta projektista museon muulta henkilökunnalta, jotka osallistuvat projektiin ja ottavat siihen kantaan. Mukana suunnitteluprojektissa oli myös museonjohtaja Marja Koskijoki, joka omalta osaltaan museonjohtajana osallistui projektiin. Mutta pääasiassa toimin tiiviissä suunnittelyyhteistyössä museon konservaattorin kanssa.

5.2.1 Suunnittelun lähtökohdat

Littlefinland näki neuletuotteen potentiaalisena oman yrityksen tuotteena, jota voitaisiin tarjota liikelahjana ja myyntituotteena omille asiakkaille. Kohderyhmänä ja käyttäjänä tuotteelle haluttiin ulkomaalaiset turistit ja kansainväliset vieraat. Kohdenettuna erityisesti lentomatrustajat, joille sopivin tuote vaihtoehtoista oli hihakefiltti – päälle puettava peitto. Hihakefiltti oli tuotteena kiinnostavin monipuolisen käytön vuoksi, sillä se kulkee mukana matkalla lämmikkeenä ja asusteena. (Rotko 2012b.) Suunnittelemani neuletuotteet ovat asiakkalle entuudestaan tuttuja, joten materiaaliin, tekniikkaan ja tuotteen luonteeseen oli tutustuttu jo ennakolta. Tämän lisäksi kyseenlaisella tekniikkaalla tehty tuote ei ollut asiakkaalle täysin vieras muutenkaan.

Helinä Rautavaaran museon mukaan tämän kaltaisilla tuotteilla on potentiaalia museosektorilla sekä ehkä myös gallerioissa. Kyseessä olevat tuotteet voisivat olla liikelahjoja, joululahjoja, ostettavavia tuotteita sidosryhmille, henkilökunnalle ja museon asiakkaille. Ne voisivat olla museokauppojen design-tuotteita ja voisivat toimia myös tiettyjen museoiden tai gallerioiden työ- tai edustusvaatteinakin. Mutta vain isoissa museoissa on potentiaalia tarjota tämän kaltaisia laadukkaita tuotteita. Helinä Rautavaaran museo on keskikokoinen museo, jolla museokauppa on hyvin nimellistä. Se ei edusta voluumiltaan ja jakelukanaviltaan sopivaa museota tämänkaltaisille tuotteille. Isoilla museoilla ja kulttuurilaitoksilla on yleenä suurempi asiakaskunta ja esimerkiksi museoiden ystäväverkostot, mesenaatit eli museoiden tukijaverostot, jotka voisivat olla laadukkaiden räätälöityjen tuotteiden kohderyhmää. Ulkomaalaisissa museoissa Pohjoismaisiin museoihin verrattuna suositaan enemmän arvokkaita museoesineitä. Kävijämäärät ovat Euroopassa isompia ja museoiden ystäväverkostot

kattavampia ja mesenaattiverkostot vaikutusvaltaisempia. Museoilla on enemmän rahaa ja profiiliin panostetaan erilailla kuin meillä päin. Museoihin ei yleensä tulla ostamaan tuotteita tuotteiden vuoksi vaan vierailijat ja kävijät ostavat niitä epäsäännöllisesti. Pienet ja edulliset tavarat myyvät enemmän, joita voidaan tyypillisesti kuvittaa taiteella ja kokoelmilla. Maailmalla kokoelmista ja taiteesta tehdään laadukkaita design-tuotteita, joista on omat exclusive-kokoelmansa tai jotka koostuvat arvokkaista tuotitavaroista. (Koskijoki 2012.)

Helinä Rautavaavan museolle suunnitteluprosessissa suunniteltava kuosi on esimerkki museolle suunniteltavasta kuosista. Museonjohtaja Maria Koskijoen kanssa pohtimamme tuote museoiden mahdollista kohderyhmää ajatellen sopivaksi valikoitui ehdottamani shaali. Perustelunani oli, että se soveltuu asustetuotteena hyvin laajalle asiakaskunnalle sekä myös molemmillekin sukupuolille. Se on asusteena monikäyttöinen erityisesti edustamisen näkökulmasta pelkkään sisustustuotteeseen verrattuna. Se on sopivan kokoinen exclusive-tuoteeksi määriteltynä ja mielestäni sopii tuotteena tässä tapauksessa etnografiselle kulttuurien museolle erityisesti monikulttuurillisena tekstiilinä. Esittelin valmiiden neuletuotteiden avulla materiaalia sen teknistä toteutusta ja haptisuutta asiakkaalle, mitkä eivät olleet entuudestaan tuttuja asiakkaalle, saivat laadukkuudellaan positiivista palautetta.

5.2.2 Kuosiaiheen teema

Annoin pilottiasikkaille mahdollisuuden kuvailla aloitushaastattelussa tuotteeseen suunniteltavaa neulekuviota sen mahdollista tunnelmaa ja estetiikkaa, kuvailla sitä mahdollisin esimerkein tai halutun viestin näkökulmasta keskustellen (ks. Liite 1).

Littlefinlandin idea kuvioon kiteytyi serigrafiaan ja retropainokuvaan, joiden esimerkkeinä olivat emaliastiat Suomessa ja erityisesti Esteri Tomulan kuvitukset niissä. Esimerkiksi Pomona Hilla Arabian Wärtsilän astioissa esiintyvä kuvitus oli tyyllillisesti sen suuntaista mitä asiakas halusi edustamaan yritystä. Suomalainen kuvakieli ja perinne, sini-valkoisuus, mutta ei liian klisesesti kuvattuna, olivat asioita joita haluttiin kiteyttää kohderyhmänä ulkomaalaisille turisteille suunniteltavaan tuotteeseen. Värikkäitä värejä haluttiin korostaa tässä tuotteessa ja kuvion piti viestiä pehmeyttä ja lämpöä toisin sanoen ei haluttu liian teräviä kuvioita. (Rotko 2012b.)

Ehdottamani Helinä Rautavaaran museon kokoelma neulekuvion inspiraation lähteeksi oli kiinnostava lähtökohta museonjohtaja Marja Koskijoen mukaan neuletuotteilleni. Museoilla, joilla on oma kokoelmansa, on ehdotonta potentiaalia räätälöidä tuote. Kokoelmista voi nostaa visuaalisesti paitsioon jääneitä tuotteita ja kuvia. Museot yleensä hyödyntävät niitä kekseliäästikin omassa markkinoinnissaan. (Koskijoki 2012.) Museolle ehdottamani tuotteen kuvio voisi edustaa esimerkiksi monikulttuurillisuutta ja suvaitsevaisuutta museon arvojen mukaan, siinä olisi yhtymäkohtia erilaisiin kulttuureihin ja kuvioihin, se olisi mielenkiintoinen ja uutta näkökulmaa tuova sekä voisi kertoa jonkun tarinan. Ehdotin että kuviossa voisi kiteytyä ”kulttuurien kuviomaailman fuusio ja kirjo”, ”Kulttuurien helmet ja tarinat” ja ”Materiaalina merinovillainen neuletuote pohjoisesta kulttuuriperinteestä yhdistettynä toisenlaisen kulttuuriperinteeseen kuvioden avulla synnyttäen mielenkiintoisen fuusion.” Se, että tuote ei edustaisikaan materiaalille ominaista maailmaa, oli Koskijoen mukaan mielenkiintoinen näkökulma. Museon kokoelman niin sanotusta trooppisesta maailmasta lainattua kuvastoa voi varmasti hyödyntää ja monikulttuurisuus olivat hyviä lähtökohtia neulekuosille (Koskijoki 2012).

5.2.3 Suunnitteluprosessi ja sen vaiheet – Littlefinland

Alussa halusin kuvin ja sanoin kiteyttää mitä kuosilta halutaan ja mihin suuntaan sitä halutaan suunnitella. Visualisoin kuvalliseen kollaasimuotoon asiakkaan ideoiman aiheen neulekuviolle ja keräsin sen tueksi avainsanoja aloitushaastattelun perusteella. Tarkoituksena oli varmentaa että ymmärrämme kuosiaiheen teeman asiakkaan kanssa samalla tavalla ja täten materiaali toimisi itselle visuaalisena suunnittelun apuvälineenä. Tämän lisäksi tein taustatutkimusta teemasta, jotka voisivat olla suunniteltavan kuvion inspiraation lähteinä. Pureuduin asiakkaan antamaan teemaan tein sen pohjalta kolme teemakollaasia kuvioaiheelle aiheena suomalaiset marjat, suomalainen maisema ja suomalainen folklore ja avasin niitä kirjallisesti asiakkaalle. Ensimmäiseen suunnittelupaamisen työvälineinä oli teemakollaasi ja avainsanat sekä kolme aihekollaasia.

Teemakollaasin ja avainsanojen perusteella pääsimme keskustelemaan teemasta vielä tarkemmin. Asiakkaasta oli tärkeää, että kuvio tuo jotain uutta mitä ei ole nähty ennen. Ja se näyttäisi valitussa tuotteessa tuoreelta ja toimisi kauniisti monikäyttöisessä tuotteessa. Pääsimme keskustelemaan myös väreistä kuvien avulla. Avainsanoista pyysin asiakasta nostamaan suunnittelun tueksi tärkeimmät. Avainsanoiksi kuviolle, että sen edustamalle tuotteelle kiteytyi seuraavanlaisia: serigrafiamaisuus, retromaisuus, skandinaavisuus, modernius, suomalaisuus, Lappi, ajattomuus, pitkäikäisyys, pyöreys, runsa-

us, selkeys, raikkaus, ornamentaalisuus, lämminhenkisyys, rehellisyys ja pehmeys. Kolmesta aihekollaasista kantavaksi teemaksi tuli kahden aiheen yhdistelmä suomalaiset marjat ja moderni folklore, joista molemmat kiinnostivat asiakasta.

Tein suunnittelutapaamisesta yhteenvedon itselle että asiakkaalle jossa oli nostetut avainsanat ja kaksi valitun teema yhdistelmä, jonka avasin kirjallisesti tyyliin: ”Marjoista esimerkiksi hilla voisi olla tämän teeman inspiraation lähteenä. Marjat eivät olisi realistisen esittäviä, vaan voisivat toimia abstraktilla tasolla ja tunnelmallisena lähtökohtana visuaalisuudessa ja väreissä. Moderni folklore tuo teemaan inspiraatiota suomalaisista pirta- ja lautanauvoista, kansallispuvuista, saamelaisasuista, ryijyistä yms. Pyöreät orgaaniset muodot, ornamentaalinen sarjallisuus ja nauhallisuus sekä raitamaisuus ovat teeman lähtökohtia kuvion toteuttamiseen.”



Kuva 9: Aihe- ja teemakollaasien kautta asiakkaan kanssa päätimme suunnitteluprosessin suunnan josta aloittaa.

Seuraava suunniteltuvaihe oli toteuttaa aiheteeman pohjalta luonnoksia kuvioista, joista neulekuosi suunniteltaisiin. Luonnostelutekniikaksi valitsin tussikynät ja nestemäisen tussin serigrafiateeman mukaisen jäljen innoittamana. Esitin asiakkaalle seuraavassa tapaamisessa neljä kuvioluonnosta erilaisin variaatioin sekä alustavia ideoita kuvion sommittelusta tuotteessa, joiden inspiraationa olivat saamelaisten kansanasujen takit. Luonnosten pohjalta asiakas mieltäytyi yhteen kuvioaiheeseen. Kuvio toimii isona ja pieninä ja siitä saa muodostettua sarjallisia raitoja, joita voi hyödyntää kun kuosia sommittelee. Luonnosten kuvioden sommittelun inspiraationa tuotteessa oli saamelaisten asujen

nauhat. Asiakas piti erityisesti saamelaisesta ajatusmaailmasta tuotteen kuvion tarinassa. Asiakas myös löysi kuviosta selkeitä viitteitä saamelaisasujen riskuihin, naisten koruihin, ja hakasiin, miesten korullisiin osiin, mitä itse en tullut suunnitella varsinaisesti ajatelleeksi. Olin positiivisesti yllätynyt tästä konnotaatiosta, joka antoi kuvion pyöreille muodoille lisäsymboliikan auringosta ja viitteen siitä, että siinä yhdistyvät riskut ja hakaset eli nais- ja miesmäinen saamelaissymboliikka.



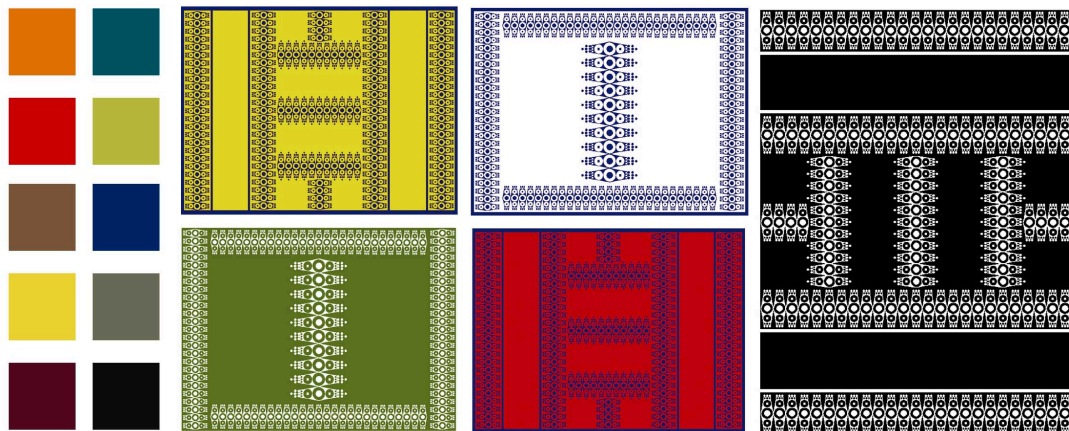
Copyright © Tanja Kallio

Kuva 10: Suunnittelun työkaluina olivat ideakuvat, mustavalkoiset kuvio- ja kuosiluonnokset sekä neule- ja mittakaavahavaintokuvat.

Kuvion valinta oli käänntekevä tuotteen teeman kiteytymisessä ja tuotteen taustalla olevan tarinan kannalta, josta minä suunnittelijana ja asiakas saimme positiivista energiaa kehittää ja ideoida tuotetta eteenpäin. Tuotteelle oli syntymässä tarina, joka tuo sille lisäarvoa. Värimaailma, jossa oli päädytty kaksivärisyyteen, sai jo selkeitä vaihtoehtoja ja keskustelimme jo yksityiskohtien tärkeydestä kuten napeista tuotteessa ja markkinoinnista, mitä tällaisen tuotteeseen voisi sisällyttää teemaa mukailien. Koitimme hahmottaa asiaa kokonaisuutena ja leikittelimme erilaisilla ajatuksilla. Tuote räätälöityi näin asiakkaan kanssa pienistä yksityiskohdista. Tämän pohjalta jatkoin suunnittelua seuraavaan vaiheeseen kuosin eli pinnan luonnostelun vaiheeseen.

Tein asiakkaalle kuviosta kaksi neuletekniikalla toteuttamiskelpoista kokoa, jotka esitin mittasuhteessa neulepinnalle havainnoiden siirtyen samalla suunnittelemaan tietokoneavusteisesti. Tuotin kahteen kokoon pohjautuen asiakkaalle viisi erilaista kuosiluonnosta tuotteen pinta-alalle toteuttaen. Tein myös havaintokuvia tuotteesta tasokuvina eli ylhäältä päin katsottuna ja kuvankäsittelyn keinoin niiden kuvaten tuotteen ollessa puetuna ihmisen päällä (Ks. Kuva 12). Koska taustallani on jonkun verran kokemusta kuvioneuleen suunnittelusta neuletekniikalla, osasin jo ennakoida mitä kannattaa tehdä ja missä vaiheessa. Haaste oli havainnollistaa kuosi tuotteessa mahdollisimman selkeästi

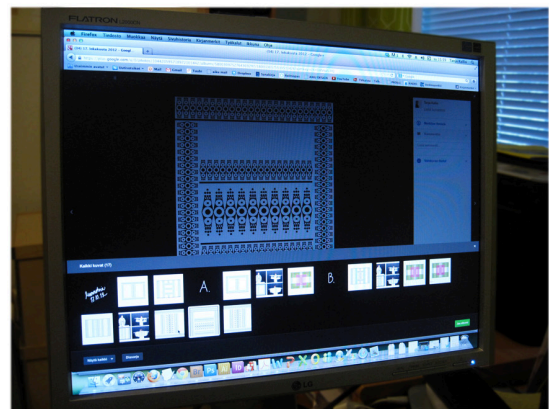
asiakkaalle, mutta myös itse laskea ja puntaroida kuinka se on toteutumiskelpoinen tuotantoon mahdollisimman helposti ja ilman yllätyksiä.



Copyright © Tanja Kallio

Kuva 11: Värikartan ja erilaisten väriluonnosten avulla kokeiltiin erilaisia vaihtoehtoja.

Ensimmäisten kuosiluonnosten pohjalta pääsimme keskustelemaan asiakkaan kanssa miltä tuote tulisi näyttämään. Teemaksi ja tarinaksi taustalla kiteytyi ”Moderni saamelaisuus”, jossa kuvio ilmensi asiakkaan mielestä hyvin vielä alkuperäistä serigrafiamaalmaa. Toiset variaatiot kuosiluonnoksista tarkensivat miten kuvio näkyisi tässä monikäyttöisessä tuotteessa. Samalla esitin asiakkaalle erilaisia väriyhdistelmäluonnoksia kuosisa, joiden pohjalta pääsimme keskustelemaan lopullisista mallistoon valikoituvista väreistä. Kohderyhmänä ulkomaalaiset turistit nousivat pohditaan erityisesti värien osalta. Suosikeiksi nousi sini-punainen, joka viittaa suoraan saamelaisuuteen, mutta myös varmat vaihtoehdot sini-valkoinen ja musta-valkoinen. Kolmansien rajattujen kuosivaihtoehtojen perusteella päädyttiin suunnittelutapaamisessa lopulliseen kuosiin. Jokaisella kerralla asiakas valitsi mieleisen vaihtoehdon tai vaihtoehtoja, kertoi mielipiteitä niistä ja



Copyright © Tanja Kallio

Kuva 12: Suunnittelu asiakkaan kanssa tapahtui videoneuvotteluyhteydellä ja suunnittelumateriaali jaettiin internetin kautta.

joiden pohjalta keskustelimme ja puntaroimme vaihtoehtoja yhdessä. Lopullinen kuosimalli viimeisteltiin asiakastapaamisessa lopulliseksi. Päätimme myös värivaihdot uusien väriluonnoksieni pohjalta. Sekä kuvio että kuosiluonnosten jokaisesta videoneuvottelun kautta käydyssä suunnitteluttamisesta asiakkaalle jäi digitaaliset luonnokset sekä koostin jokaisesta suunnittelutapaamisen pohjalta yhteenvedon mistä puhuttiin ja mitä päätettiin.

Suunnitteluprosessissa olimme yhteydessä asiakkaan kanssa viisi kertaa sisältäen aloitushaastattelun. Aikaa suunnitteluprosessiin kului yhteensä noin viisi viikkoa. Tämän lisäksi pidin vielä palautehaastattelun suunnitteluprosessista liittyen opinnäytetyöhöni. Suunnitteluprosessiin sisältäen aloitushaastattelun, suunnittelutapaamiset ja suunnittelun sekä materiaalin jakamisen sähköisesti asiakkaalle, joka oli osa suunnittelua kului arvioidusti 51,5 tuntia.

5.2.4 Suunnitteluprosessi ja sen vaiheet – Helinä Rautavaaran museo

Suunnitteluprosessi Helinä Rautavaaran museossa alkoi tutustumalla Euroopan ulkopuolisista kulttuureista koostuvaan kokoelmaan. Tutustuin kokoelmaan opastettuna, ääninauhaopastettuna ja itsenäisesti muutamaan otteeseen. Kysyin esineistä ja tutustuin niihin, valokuvasin ja keräsin niistä tietoa mm. Museoviraston nettisivuilta.

Koska kokoelma oli niin laaja ja inspiroiva halusin rajata teemaa ja miettiä sille tarinaa, josta saada selkeämpi ote kuviolle ja sitä kautta kuosille, mutta myös asiakkaalle uudenlaisen näkökulman kokoelman kautta. Kuosisuunnitelman kantavaksi teemaksi nostin lopulta pahaa karkottavat ja onnen symbolit. Idea syntyi tehdessäni taustatutkimusta esineistä, jonka pohjalta aloin kartoittamaan kokoelmasta esineitä ja elementtejä tämän teeman alle. Koostin asiakkaalle aiheesta kollaasin ja sitä pohjustavan tekstin. Avainsanoiksi nostin monikulttuurisuuden, tarinallisuuden, kulttuurien harmonian, runsauden ja rikkauden. Tekstissä toin esille näkökulman miten erilaisista kulttuureista joilla on omat tavat, symbolit ja elämän kirjon moninaisuus löytyykin selkeitä yhtymäkohtia ja samoja uskomuksia. Onni ja pahan karkottaminen yhdistää ihmisiä ympäri maailmaa, mutta niiden muoto, symboli tai väri vain vaihtuvat. Lämmin neuletuote on hyvän mielen muotoilu ja edustaa tuotetta jonka tarkoitus on tuoda positiivisuutta ja hyvää oloa arkeen. Se on omalla tavallaan onnea tuottava, minkä perustelin asiakkaalle tekstissäni.



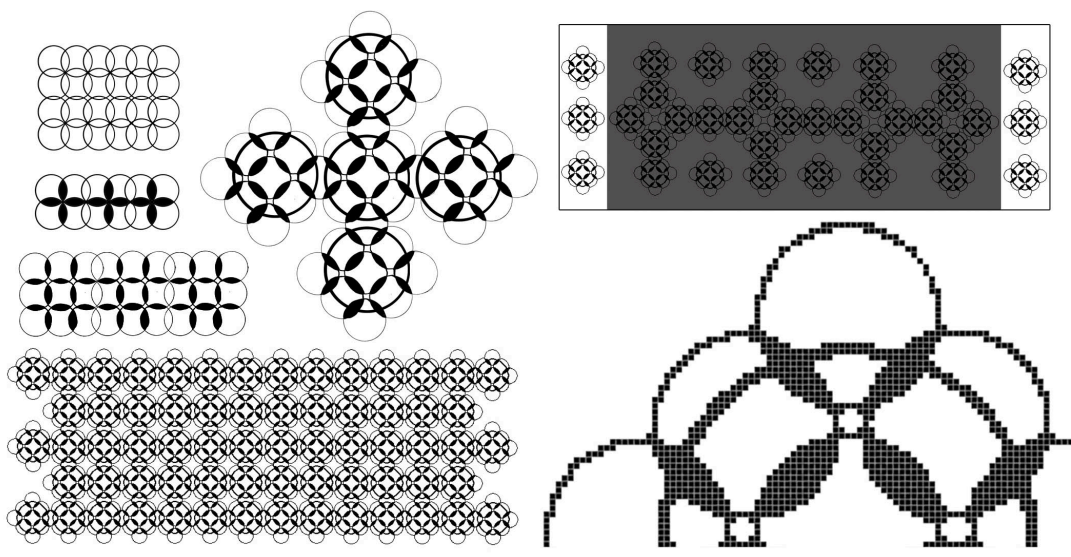
Kuva 13: Museon kokoelman kautta löytyi teema, jonka pohjalta teemakollaasin ja tekstikiteytyksin asiakkaan kanssa aloitettiin suunnitteluprosessi.

Kollaasista saamani palaute oli käänteentekevä. Kommunikointini ja viestini välittäminen nousivat ratkaisevaan osaan. Palaute, jota sain oli hyvin ajatuksia herättävää ja suunnitteluun uudenlaisia näkökulmia tuovaa. Kollaasi herätti monessa asiakkaan työyhteisön jäsenissä paljon ajatuksia, kuten oli tarkoituskin. Ajatus ympärille kiedottavasta shaalista hyvän olon tuojana ja taustalla oleva onnen tematiikka saivat positiivista kannatusta. Kysymyksenä nousi sanan fuusio käyttö konkreettisesti suunnittelussa. Se, miten kulttuureja poimitaan ja yhdistellään, mietitytti asiakasta erityisesti. Kulttuurillisia symboleita yhdistellään ja käytetään joissakin konteksteissa huonolla maulla ja kontekstista riisuttuna, asiakas osasi kertoa. Tarkoitukseni oli luoda jotain omaa ja uutta kuosilla kokoelman ja teeman lähtökohdista, mutta kulttuurillisten symbolit kiehtoivat yhtenä vaihtoehtona. Asiakkaan palaute sai jäsentämään suunnittelulle heti selkeämmän päämäärän ja miettimään, että mikä on paras suunta jatkaa. Suunnittelussa ei aina ole varma mihin suuntaan seuraava vaihe vie, joka tekeekin suunnittelusta aina ainutkertaista.

Yhtenä kollaasini teemoista oli universaali ympyrän muoto onnen ja suojeluksen symbolina, sekä elämänpuu. Valitsin nämä kuvat suunnitteluni lähtökodiksi, johon sain myös kannustavaa vastakaikua asiakkaan suunnasta. Näiden pohjalta toteutin kuvioluonnoksia, joista esitin asiakkaalle viisi erilaisin variaatioin. Näistä asiakas valitsi yhden mieleisen, jossa nähtiin symboliikkaa ympyrän lisäksi kylä- ja perheyhteisöistä, museon arkkitehtuurista ja kiinnostavimmin toteutettuna juuri tässä luonnoksessa viitteitä Euroopan ulkopuolisiin kulttuureihin. Esitin luonnokset mustavalkoisina piirroksina joissa olin käyt-

tänyt myös apuna tietokonetta. Se kuinka monta väriä shaalissa tulisin käyttämään oli vielä päättämättä. Asiakas luotti näkemykseeni asiassa.

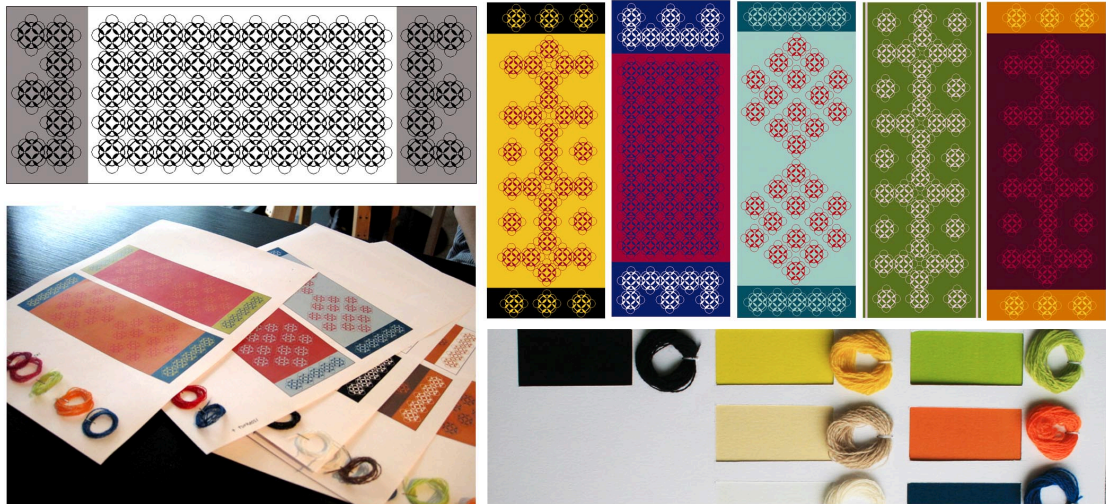
Seuraavaan tapaamiseen asiakkaan kanssa laskin ja luonnostelin kuvion sopivaan mitasuhteeseen shaalissa ja tuotin useita kuosisuunnitelmia kuvioista shaalin pinta-alalle luonnosteltuna. Asiakas valitsi niistä kolme eniten ääniä saanutta vaihtoehtoa. Näiden pohjalta kokeilin monivärisyyden toimivuutta kuosissa. Tein asiakkaalle näistä havainnekuvia kolmella kuosilla. Lopulta päädyimme kahteen kuosiin, joihin kokeilin erilaisia väriytyksiä kahdella, kolmella ja neljällä värillä. Vaihtoehtoja oli runsaasti jopa liikaa. Oman ulottuvuuden teki myös shaalin kääntöpuolen väriytyksen visualisointi asiakkaalle joka tuplasi luonnosten määrän ja joka vaati tarkkuutta ja mahdollisimman selkää tapaa esittää. Esittäessäni värejä luonnoksissa tein myös asiakkaalle lankojen värikartan tulostettuna sekä näytin myös näytteitä langoista, joita minulla oli kyseisissä väreissä. Liitin niitä myös loppuvaiheessa osaksi luonnoksia.



Kuva 14: Mustavalkoiset luonnokset ja havainnekuvat olivat kuvio- ja kuosisuunnittelun tukena.

Kahdesta viimeisestä kuosista asiakas valitsi toisen sellaisenaan, johon rajasin väri vaihtoehtoja asiakkaan palautteen perusteella. Esittämieni värien valinnat ja niiden yhdistelmät perustuivat museon kokoelmasta saatuun inspiraatioon. Näin tuotteen alusta alkaen hyvin värikkäänä ja runsaana, kuten näin Helinä Rautavaaran museonkin. Asiakas kiitteli rohkeista väriehdotuksistani. Värien valinnoissa teimme asiakkaan kanssa mielenkiintoisia tulkintoja mitkä värit ja yhdistelmät kertovat mistäkin kulttuurista tai leikittelimme aja-

tuksella mille markkinoille ne olisi helppo suunnata se perusteella. Mietimme myös värin symbolisia merkityksiä. Väreiksi valikoitui museon värejä kuten oranssi, mitä käytetään muun muassa museon arkkitehtuurissa, sekä rinnalle yksinkertaisia ja maanläheisiä väri vaihtoehtoja.



Copyright © Tanja Kallio

Kuva 15: Kuosin suunnittelussa että väri vaihtoehtoissa syntyi useita luonnoksia.

Teeman ja aiheen kuvat sekä tekstit jaoin asiakkaan kanssa sähköisesti keskustellen niistä tapaamisissamme. Kuvio- ja kuosisuunnitelmat esitin asiakkaalle paperitulosteina joista annoin kopiot kontaktihenkilölleni. Hän esitti ne kokouksissa isommalle porukalle ja pyysi niihin kommenttia laittamalla ne esille työpaikan kahvihuoneen ilmoitustaululle. Suunnitteluprosessissa olimme yhteydessä asiakkaan kanssa seitsemän kertaa sisältäen aloitushaastattelun. Aikaa suunnitteluprosessiin kului yhteensä noin seitsemän viikkoa. Tämän lisäksi pidin vielä palautehaastattelun suunnitteluprosessista liittyen opinäytetyöhöni. Suunnitteluprosessiin sisältäen aloitushaastattelun, suunnittelutapaamiset ja suunnittelun sekä kokoelmaan tutustumisen joka oli osa suunnittelua kului arvioidusti 64,5 tuntia.



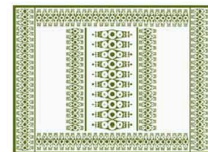
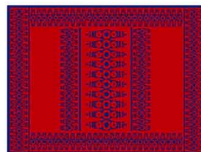
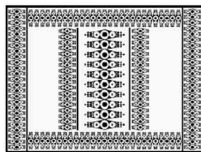
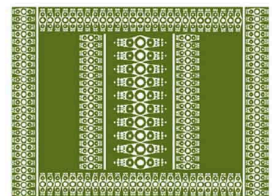
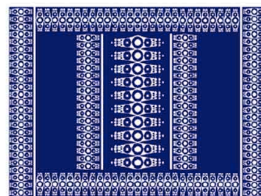
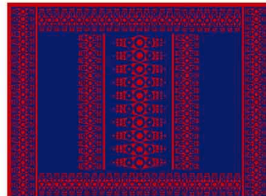
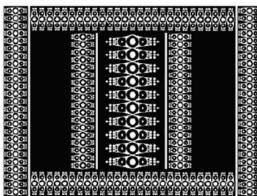
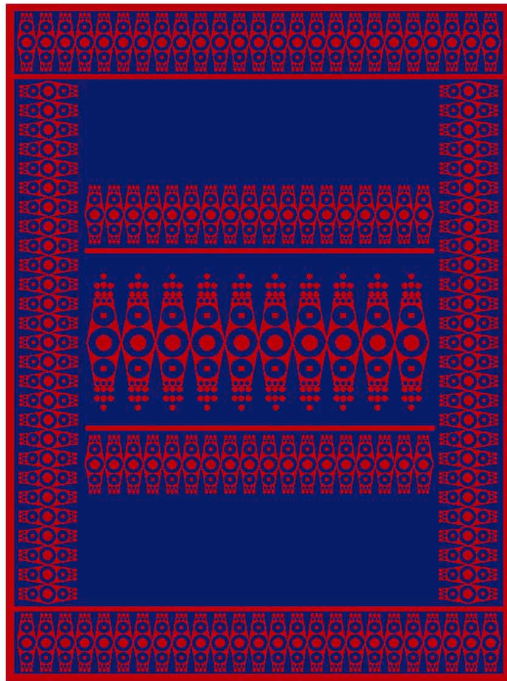
Copyright © Tanja Kallio

Kuva 16: Suunnittelu asiakkaan kanssa tapahtui kontaktitapaamisissa.

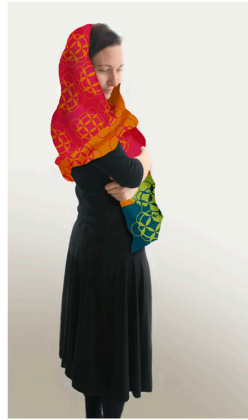
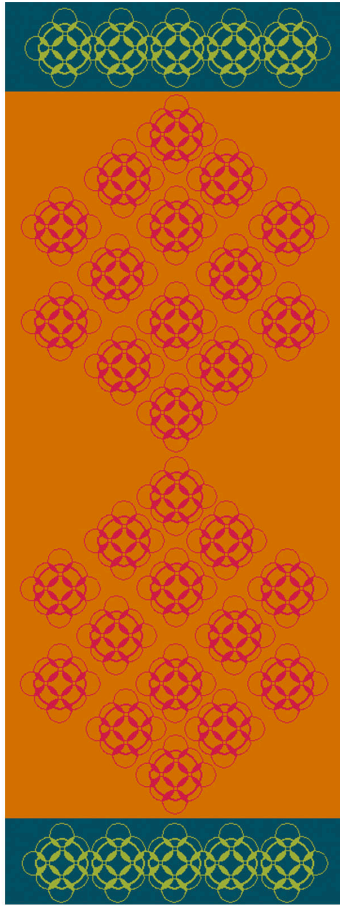
5.3 Valmiiden neulemallistojen esittely

Kuosiksi hihakevilttiin viimeisteltiin malli, jossa kuvio muodostaa yhtenäisen reunuksen tuotteen ympärille ja keskelle jää kuvio kahdessa koossa. Kuosi toimii tuotteen käyttötarkoituksessa sisustustuotteena ja asusteena. Kuosi kuvastaa modernia saamelaisuutta. Kuosimallistoon tuli yhteensä neljä väri vaihtoehtoa: musta-valkea, sini-punainen, sini-valkea ja vihreä-valkea. Mallit ovat kaksi värisiä. Sini-punainen malli on suora viittaus kuvion saamelaisiin lähtökohtiin. Muut värit ovat moderneja, raikkaita ja malleja saamelaisuudesta. Musta-valkoinen malli on skandinaavisen klassinen, sini-valkoinen suomalainen ja vihreä raikas. Neuletuotteen kohderyhmänä on ulkomaalaiset turistit ja kansainväliset vieraat. Erityisesti tuote on sopiva lentomatrustajien mukaan otettavaksi peitoksi ja asuksi (ks. Kuva 17, Liite 3).

Kuosiksi shaaliin valikoitui malli, jossa kuviot keskellä luovat kaksi aluetta, jättäen myös tyhjää ympärille. Päättyihin kuviot muodostavat shaaliin reunan, sekä ne on suunniteltu erivärisiksi keskiosaan nähden. Kuosimallistoon tuli yhteensä kolme väri vaihtoehtoa: vadelmanpunainen-oranssi-limenvihreä-petrolinsininen, oranssi-ruskea-valkea ja antra-siitinharmaa-valkea. Mallit ovat neli-, kolmi- ja kaksiväriset. Nelivärisessä mallissa on runsautta ja museon tunnusvärejä. Kolmivärisessä on lämpöä ja maanläheisyyttä. Kaksivärisen on klassinen ja yksinkertainen. Oranssi värinä oli tärkeä asiakkaalle ja se esiintyy kahdessa mallissa. Kolme värimallia muodostavat kokonaisuuden erilaisilla vaihtoehtoilla. Kuosin tarkoitus on viitata erilaisiin kulttuureihin, jota ajatusta värit täydentävät. Ympyrä muotona on muun muassa pyhä, onnea tuottava, yhteisöllisyyden kuva ja jokainen voi löytää siihen oman lähestymiskohtansa, sillä kuvion on tarkoitus olla subjektiivisesti abstrakti. Tuotteena shaali toimii monikulttuurisena tekstiilinä ja pehmeänä ihoa vasten se on niin hyvää mieltä kuin onnea tuottava (ks. Kuva 18, Liite 4).



Kuva 17: Neulemallisto hihakeviltissä.



Kuva 18: Neulemallisto shaalissa.

6 SUUNNITTELUPROSESSIEN ANALYSOINTI

Luvussa esitellään suunnitteluprosesseissa tehtyjä havaintoja ja saatua palautetta, jotka ovat asiakaskeskeisissä prosesseissa suunnittelupalvelun suunnittelun ja palvelun analysoinnin kannalta tärkeitä työkaluja. Päätelmät havainnoista ja palautteesta kiteytetään konseptoidun palvelun rakenteen, suunnittelun arvon, palvelupaketin ja palvelupolun kautta. Lopussa käsittelen suunnittelupalveluun liittyvää hinnoittelua.

6.1 Havainnot

Kahden asiakkaan kanssa käydyt suunnitteluprosessit erosivat lähtökodiltaan toisistaan ja niistä syntyi kaksi täysin erillaista tuotetta. Suunnitteluprosessit Littlefinlandin ja Helinä Rautavaaran museon kanssa olivat hedelmälliset ja opettavaiset.

Suunnitteluprosessit ottivat vaikutteita toisistaan vaikka niitä tehty samanaikaisesti. Havainnot täydensivät sekä karsivat molemmissa prosessissa tiettyjä työvaiheita ja välineiden käyttöä prosessin aikana. Erityisesti suunnitteluprosessit erosivat niiden toteutustavan perusteella. Toinen tehtiin etäyhteyksien ja toinen kontaktitapaamisten kautta. Molemmat lähestymistavat olivat toimivia. Myös se, että toisessa oli suunnittelukontaktissa yhden henkilön kanssa ja toisessa yhden kautta kokonaisen mielipiteitään jakavan ryhmän kanssa, vaikutti myös suunnitteluprosessiin ja siinä tehtyihin havaintoihin. Uskon, että vain yhden pilottiasiakkaan kanssa käyty suunnitteluprosessi ei olisi antanut näin monipuolisia havaintoja, varsinkin kun suunnittelupalvelun kohderymäni ei ole mitenkään homogeeninen joukko. Suunnittelupalvelun luonteeseenkin kuuluu yksilöllinen lähestyminen subjektiivisista lähtökohdista. Sain näin soveltaa palvelun rakennetta ja toimivuutta kahdessa uniikissa kontekstissa, joiden avulla voin analysoida kattavammin suunnittelupalvelua. Erityisesti onnistumiset ja haasteelliset hetket olivat antoisimpia. Onnistumisia olivat asiakkaan ymmärtäminen sekä luontevasti etenevä suunnittelu, ja haasteellisia hetkiä asiakkaan huomioiden ja toiveiden luominen suunnitteluratkaisuiksi.

Oli erittäin tärkeää, että asiakas hahmotti suunniteltavan tuotteen olemuksen ja materiaalin. Materiaalimalli tai valmis refenssituote ovat ratkaisevassa osassa erityisesti tämän suunnittelupalvelun tarjoamisessa, eikä sitä saa ottaa itselle tuttuuden takia itsestäänselvänä. Molempien pilottiasikkaiden kiinnostukseen projektia kohtaan vaikutti myös omalta osaltaan neulemateriaali ja neuletuote, jota voi rinnastaa oikeiden

asiakasuhteiden solmimiseen. Materiaalimalli on havainnetyökalu, jos tekniikka tai neule ylipäättänsä ei ole tuttu asiakkaalle tai muille asianosaisille. Lankanäytteet ja sitä kautta oikein toistuvat värit langoissa tai paperi tulosteissa voivat tuntua pieniltä asioilta huomioida, mutta ovat olennaisia työkaluja asiakkaan kanssa. Värien miettiminen on monesti asiakkalle kaikkein mielekkäintä, mutta myös hyvin henkilökohtaista. Värien valinta voi olla haastellista ja suunnittelijan ammattitaidolla on merkistystä.

Etäsuunnittelu ja sitä auttavat kuvan ja tekstin sähköiset jakovälineet muodostivat tarpeen visualisoida ja kirjoittaa suunnitelmat selkeästi esille, mutta myös kirjoittaa ylös yhdessä päätetyt ja käydyt asiat molempien nähtäviksi. Tämä osoittautui hyvin erinomaiseksi ja selkeäksi tavaksi viedä suunnitteluprosessia eteenpäin, mutta myös palata siihen suunnittelun aikana että näin jälkikäteenkin käyttäjätutkimuksessa. Se myös todisti, että kuosisuunnittelu onnistuu etäyhteyden kautta. Selkeän suunnittelupohjan voisi ottaa kontaktitapaamissakin järjestelmällisesti käyttöön. Hyvin valmistellut luonnospaketit, ideoita ja kuvia tukevat tekstit, avainsanat ja yhteenvedot kuvallisena ja kirjallisena olivat prosessissa tärkeitä työkaluja. Erityisesti yhteenvedot olivat itselle suunnittelussa sitä jäsentäviä kiinnekohtia. Yhteenvedoilla voi ratkaista suunnittelijan näkökulmasta turhan joutokäynnin tai väärinkäsityksetkin suunnittelussa mitä asiakkaan kanssa voi joutua käymään. Vaikka yhteenvedon kokoaminen voi tuntua työläältä, voivat ne hyvin yksinkertaisiakin ajaa asiansa. Niiden antama hyöty säästää silti seuraavissa vaiheissa aikaa.

Suunnittelu useiden ihmisten kanssa on tyypillisin suunnittelutilanne. Se vaatii myös suunnittelijalta hieman enemmän vuorovaikutustaitoja, kuten sain huomata. Oli helpompaa ja nopeampaa välittää tietoa ja suunnitella yhden henkilön kanssa kuin useamman. Suunnittelua usean kontaktin kanssa helpottaa päätöksen tekemisen vastuun jakautuminen. Samoin on eduksi, että on yksi kontaktihenkilö, jonka kanssa kommunikoida – toisin kuin että kontaktihenkilöä ei ole päätetty tai se vaihtuu prosessin aikana. Useista näkökannoista ja mielipiteistä on muodostettava yksi ja se joka sanoo viimeisen sanan suunnittelijan kanssa helpottaa prosessia. Kommunikaatiossa useiden henkilöiden kanssa helpottavat edellämmainitut jäsenneetyt, sekä kuvalliset että kirjalliset, paketit ja yhteenvedot.

Suunnitteluprosesseissa jäin myös miettimään henkilökemian tärkeyttä. Omalla osaltani prosessit eivät olisi voineet mennä paremmin. Keskustelin siitä myös asiakkaiden kanssa. Hyvä henkilökemia ja ymmärrys ruokkii luovuutta ja innostumista ihan omalla tasolla. Toimiva henkilökemia, hyvä kommunikointi, luottamus ovat tärkeitä osa-alueita suunnittelussa. Mutta täytyy muistaa, että aina ei löydy sulavaa yhteistyötä, mutta tärkeää olisi

saada työ tehdyksi, luomalla olosuhteet mahdollisimman toimiviksi. Kommunikaatio tulee myös tärkeäksi kun suunnittelussa välitetään tietoa ja ideoita eteenpäin.

Teeman ja aiheen valinta alussa ovat koko suunnittelun pohja niin sanottu tarina, jonka kuvion valinta kiteyttää ja kuosin suunnittelu täydentää. Kollaasit kuvin että sanoin ja avainsanat kiteyttävät asiakkaalle, mutta myös minulle suunnittelijana monta asiaa suunnittelun tueksi ja mikä olennaista niitä käyttäessä syntyi keskustelua ja asiakasymmärrystä. Niiden kautta voidaan myös todeta, että haluttu suunta on väärä tai sieltä voi poimia esimerkiksi värejä ja yhdistellä uusia kokonaisuuksia, kuten kävi molemmissa suunnitteluprosessissa.

Luonnosten esittämisessä lähtökohtanani oli edetä kuvion kautta kuosiin. Se toimi ja oli looginen valinta. Mustavalkoiset luonnokset suunnitteluprosessin alkuvaiheessa ja värien mukaan ottaminen vasta suunnittelun loppuvaiheessa toimi molempien asiakkaiden suunnitteluprosessissa, vaikkakin sain perustella ja kertoa, mitä sillä haetaan. Voi myös olla, että suunnittelu lähtee puhtaasti väreistä kuvion ja sen toistuvuuden sijasta, jolloin värit ja niiden tunnelmanousevat suurempaan osaan heti suunnittelun alkuvaiheessa. Kuosin luonnostelutekniikalla oli myös prosessissa väliä. Kuosin tunnelman ja ilmeen saavuttamiseksi oikea väline saatoi ratkaista haetun intuition ja nopeuttaa siten luonnostelua alkuvaiheessa.

Kuosia ja tuotetta varten kehittyneet suunnittelun havaintovälineet olivat erittäin olennaisia omien näkemysteni välittäjiä. Neuletekniikassa kuvio toistuu hyvin erilalla kuin esimerkiksi painokankaassa. Kuvion esittäminen yksi yhteen suhteessa neulemaisella pinnalla auttaa asiakasta hahmottamaan ja koemallintamaan edullisesti miltä valmis neulepinta kuviolla tulisi näyttämään. Samoin mittakaavan ja kuvion esittäminen kuvankäsittelyn keinoin ihmishahmon rinnalla oli ratkaisevassa osassa kuosin yksityiskohtia miettiessä ja sitä eteenpäin viedessä sen lisäksi että asiakas sai niistä nopeasti kuvan kuosista tuotteessa. Kuosin tuominen mittasuhteessa paperitulosteena oikeaan ympäristöön oikean tuotteen käyttökontekstiin riittää myös konkretisoinnissa. Esitin asiakkaalle luonnoksia esimerkiksi olkapäälle kiinnitettynä.

Tarinan luominen kuosille, asiakkaan palautteen herkkä tulkitseminen ja omaan intuition luottaminen nousivat suunnittelussa tärkeiksi asiakasymmärryksen välineiksi kuosinsuunnittelussa. Suunnittelijan tärkeää pääomaa on luovat ideat ja herkkyys lukea aihettaan ja asiakastaan. Oman suunnittelijanäkemyksen tuominen prosessissa on asiantuntijuutta, joka on osa suunnittelua ja jonka näkyä lopputuloksessa. Ideoiden luomi-

nen, niiden valikoiminen ja rajaaminen asiakkaalle, ideoiden esittäminen ja niiden perustelu ovat esimerkkejä asiantuntijuuden tuomisesta suunnitteluprosessiin. Itse olen aina kokenut haasteelliseksi ideavalintojen tekemisen itselle tai asiakkaalle. Suunnitteluprosessissa sain rajattua asiakkaalle luonnoksista kompakteja vaihtoehtoja, joista asiakas valitsi mieleisen tai valitsimme yhdessä. Erilaisilla vaihtoehdoilla ja niistä käydyillä keskusteluilla suunnittelija voi lukea asiakasta ja viedä suunnittelua sen avulla eteenpäin. Mutta tein myös liian laajoja luonnoskokonaisuuksia, jolloin vaihtoehtoja oli asiakkaalle liikaa ja päätöksen teko hidastui. Luonnoksia on luonteva tehdä paljon, kokeilla ja etsiä oikeita vaihtoehtoja, joita ei muuten pääse löytämään, mutta vain itselle. Mutta käytettävä aika täytyy myös oppia huomioimaan, varsinkin jos suunnittelisi useassa projektissa samanaikaisesti. Luotan siihen, että kyseessä oleva suunnittelu rutinoituu ajan kanssa, oppii luottamaan enemmän intuitioonsa ja projekteissa oppii hallitsemaan aikaa. Valintoja pitää oppia tekemään asiakkaan puolesta, kaikkien mielipiteitä ei voi huomioida, vaihtoehtoja pitää osata rajata ja perustella asiakkaalle.

Räätälöidyssä suunnitteluprosessissa avain on kuunnella asiakasta, toisaalta myös ymmärtää mitä kuulee, mutta myös kysyä oikeat kysymykset. Koko tuotantoprosessin sujuvuus ja asiakkaan saama arvo niin hyödyssä kuin hinnassakin ovat myös osa sitä. Opin asiakkaiden välisessä kommunikoinnissa paljon. Museon kuosin suunnittelu lähti erilaisista lähtökodista kuin yrityksen. Toisessa ehdotin asiakkaalle suoraan teemaa ja esitin siitä ehdotuksia ja näkökantoja, joita kävimme läpi. Toisessa asiakas rajasi teeman, josta ehdotin suoraan ideoita joista asiakas päätyi mieleisen. Kumpikin tapa on tapauskohtaisesti sovellettavissa. Proseseissa lopputulos oli lopulta positiivisesti jotain aivan erilaista, mitä oli alussa oli lähdetty suunnittelulla hahmottelemaan. Molemmille tuotteille syntyi oma tarina ja maailma ja ne ovat tuotteina erilaisia. Jälkikäteen tuntuu, että jotkut prosessin vaiheet olisi voitu oikaista niin, että lopputulos olisi saavutettu suoraviivaisemmin. Mutta ennen kaikkea itselle taas kerran varmistui, että myös matka on tärkeä ja juuri sillä saavutetaan jopa yksinkertaiseltakin tuntuva lopputulos, mikä muodostaa suunnitteluprosessin. Suunnittelija on lopulta vastuussa millainen lopputuloksesta muotoutuu ja miten hän saa kiteytettyä asiakasta miellyttävän lopputuloksen.

6.2 Palaute

Haastattelin asiakkaita palautekeskustelussa suunnitteluprosessin lopussa (ks. Liite 2), kysyen miten he kokivat suunnitteluprosessin ja sen eri vaiheet, millaisiksi he kokivat suunnitteluvälineet ja mitä he asiakkaina odottaisivat tällaiselta palvelulta. Pyysin myös asiakkaita antamaan vapaamuotoisesti palautetta opinnäytetyöprojektistä.

Suunnitteluprosessi etäsuunnitteluna koettiin yllättävän helpoksi – asioita saadaan näinkin hoidettua. Kaiken materiaalin valmiina netissä oleminen suunnittelutapaamisia varten teki niistä sujuvia. Yhteistyö onnistui välimatkasta huolimatta tehokkaasti ja toimivasti. Projektin etenemisen kannalta tapaamiset virtuaaliympäristössä olivat riittävä työkalu. (Rotko 2012c, Rotko 2013.)

Suunnitteluprosessissa oli riittävästi havaintovälineitä (Koskijoki & Torvinen 2012). Ne olivat toimivia, etenkin mallikuvat tuotteesta ihmisen päälle puettuna koettiin huikeiksi. Asiakkaille ei jäänyt epäselväksi, miltä tuote näyttää missäkin suunnitteluvaiheessa, joten seuraavaan vaiheeseen oli helppo jatkaa. (Rotko 2013.) Päätös esitellä kuvat aluksi mustavalkoisina oli hyvä, ja tavoite, että aluksi keskitytään vain kuvioon sen omilla ehdoilla, toimi. Värikartan rinnalla oleminen jo alussa olisi ollut avuksi. Se olisi antanut heti mielikuvan erilaisten värien mahdollisuudesta ja mahdollistanut värien miettimisen ennakoon, jolloin seuraavaan vaiheeseen liittyviä päätöksiä olisi ollut helpompi tehdä ja prosessi olisi varmasti nopeutunut. (Koskijoki & Torvinen 2012.)

Myytävän suunnittelupalvelun kannalta asiakkaan mahdollisuus tutustua materiaaliin koettiin tärkeäksi (Rotko 2012c, Koskijoki & Torvinen 2012). Etenkin etäsuunnittelussa se tulisi rakentaa palveluun, ellei palvelun ostaminen ja asiakkaan kiinnostuminen tuotteeseen tapahdu kontaktitapaamisen kautta. (Rotko 2012c, Rotko 2013.) Materiaalinäyte, joka oli vielä suunnittelun lopussa käytössä, oli hyödyllinen. Materiaalinäytteen mukana oleminen koko suunnitteluprosessin ajan olisi palvelun kannalta kätevää ja siihen palaaminen varsinkin useampihenkisessä suunnittelutiimissä olisi tarpeellista. Lisäksi materiaalinäyte toimii yhdessä graafisten neulehavaintokuvien kanssa. (Koskijoki & Torvinen 2012.)

Suunnittelutapaamisia oli suhteellisen usein ja asiakkaan kanssa kommunikoiitiin säännöllisesti. Tapa, jossa yksi toimii kontaktihenkilönä suunnittelijan kanssa koko asiakkaan työyhteisön puolesta, toimii asiakkaan näkökulmasta ja oli suhteellisen selkeä sekä jouheva tapa toimia, varsinkin tilanteessa, jossa työyhteisön aikataulut vaihtelevat ja yhtei-

siä asioita käydään läpi tiimipalaverissa. (Koskijoki & Torvinen 2012.) Suunniteltu pohja projektin etenemiselle teki asiakkaana olon helpoksi ja päätöksiä oli helppo tehdä. Suunnittelutapaamisia olisi voinut pitää kaksikin kertaa viikossa, jolloin suunnitteluprosessi olisi mahdollista tehdä tiiviimmin. Nyt kun palavereja oli kerran viikossa. (Rotko 2012c.)

Suunnitteluprosessi oli selkeä ja sen pitäminen selkeänä koettiin tärkeäksi. (Rotko 2013.) Asiakkaalle annettavan valinnanvapauden määrää päätöksissä kannattaa miettiä. Riippuen asiakkaasta suunnitteluprosessia voi paloitella ja avata tapauskohtaisesti. Vähempikin valintojen tekeminen olisi projekteissa riittänyt. Asiakkaat kokivat, että pääsivät vaikuttamaan lopputulokseen liiankin hyvin. Taloudellisestikaan ei ole järkevää antaa asiakkaalle liikaa päätösvaltaa. Asiakas nimenomaisesti haluaa maksaa suunnittelijan näkemyksestä ja valinnoista. Asiakkaat kokivat, että heillä oli vahva luottamus suunnittelijan näkemykseen. (Koskijoki & Torvinen 2012)

Henkilökohtainen suunnitteluprosessi oli vahvaa vuorovaikutusta ja se onnistui hyvin. Myös henkilökemiat osuivat hyvin yhteen. Suunnittelija ymmärsi heti mitä asiakas tarkoitti ja sai ideasta kiinni nopeasti. Hyvin etukäteen mietitty kokonaisuus teki suunnittelutyöstä helppoa ja kokemus esittää luonnoksia välittyi. Alkuperäinen suunnitelma muuttui matkan varrella ja asiakas koki, että siitä tuli hyvä Lappiin suunnattu kuosi, joka kunnioitti saamelaista alkuperäisyyttä eri elementein. Asiakas arvosti sitä, että suunnittelija teki tutkimusta teemasta ja kehitteli ideoita, jotka ruokkivat hänen omaa ideointiaan. Uniikit tuotteet tukivat yrityksen tuotefilosofiaa ja uudenlainen tuote herätti kiinnostuksen. Asiakas koki jännittäväksi sen, että pääsi tutustumaan suunnittelijan työhön ja tekstiilin kuosisuunnitteluun, joten hän ei epäröinyt mukaan lähtöä. Tässä opinnäytetyöprojektissa keskityttiin pääosin suunnitteluprosessiin, mutta asiakas oli kiinnostunut myös kuulemaan tuotantoketjusta ja kustannuksista. Yksinkertainen suunnitteluohjelma väreineen ja mahdollisuuksineen, missä asiakas voisi ilman vuorovaikutusta tilata, esimerkiksi netistä, itselleen suunnittelemansa neuletuetteen, voisi olla myös asiakkaan mielestä hyvä palveluvaihtoehto suunnittelupalvelun myyntiä ajatellen. (Rotko 2012c, Rotko 2013.)

Näkemyks museonkokoelmasta suunnittelun lähtökohtana osoitti suunnittelijan paneutumista aiheeseen ja ammattimaista toimintatapaa. Suunnittelun näkökulma ja lähtökohdat koettiin kiinnostavaksi ja pintaa syvemmälle meneviksi. Lopputulosta pidettiin oli luovana ja teosmaisena. Prosessi oli uniikki ja lopputulos sen mukainen. Koko prosessi, kommunikointi sekä lopputulos oli asiakkaan mielestä avartava ja opettavainen kokemus. Prosessissa mukavaa oli, että se kosketti koko työyhteisöä. Suunnitteluprosessin eri vaiheet

oli toteutettu hyvin, josta asiakas toivoi itsekin ottavansa oppia omissa projekteissa. Asiakkaalla ei ollut varsinaisia ennakkoaajatuksia, vaan suunnitteluprosessi eteni heidän näkökulmastaan kuin itsestään selvästi, vaikka se ei toki koskaan ole sitä. Prosessi saavutti, mitä asiakas mielestään tavoittelikin. Prosessista jäi selkeä tunne ja tavoitteet saavutettiin hyvin. (Koskijoki & Torvinen 2012, H.R museo 2013)

Molemmat opinnäytetyön yhteistyökumppanit, pilottiasiakkaat, näkivät palvelussani potentiaalia. Erityisesti museokentällä isot toimijat ja kulttuuriasiakkaat sekä yritykset ovat mahdollisia asiakkaita. Keski-ikäiset kulttuurinaiset voisivat olla erityisesti tuotteideni kohderyhmää. Palvelu tukisi visuaalisen kulttuurin tahoja tuotteilla, mutta myös nimenomaan suunnittelupalveluna. Suunnittelun vuorovaikutusta ja osaamisen kehittämistä voisi olla todellakin enemmän: yhteistyöprosessi tuo asiakkaalle uutta. Asiakkaalle suunnitteluprosessia voisi myydä ajatuksella, että satsaamalla enemmän itse suunnitteluun suunnittelijan kanssa saa suurimman hyödyn. Tuote itsessään on palkitseva lopputulos. Näkisin tämänkaltaisessa palvelussa hyvinvointia tuovan elämyksellisen ulottuvuuden, jolla voisi esimerkiksi parantaa työyhteisön hyvinvointia. Toisin sanoen, palvelun ostaessaan saisi vielä enemmän kuin itse lopputuotteen. (Koskijoki & Torvinen 2012.) Palvelun tuotteistamisella oikein, niin että siitä ei tehdä liian monimutkaista, on suurta vaikutusta myymiseen ja asiakaskontaktien solmimiseen. Pientuottajat valmistavat räätälöityjä tuotteita, mutta räätälöityä suunnittelua ei ole tarjolla. Suora markkinointi ja myynti asiakkaille on varmasti kannattavaa. Littlefinland koki, että palvelu antaa sisustussuunnittelijoille, kuluttajille ja yrityksille aivan uusia mahdollisuuksia vaikuttaa itse tuotteeseen. (Rotko 2012c, Rotko 2013)

Seikat, jotka olisivat asiakkaiden näkökulmasta räätälöidyn tuotteen suunnittelupalvelussa tärkeitä, liittyivät palvelun selkeyteen ja ymmärrettävyyteen. Palvelusta saa heti kuvan, että mistä osa-alueista se koostuu: mikä tuote, minkä näköistä voidaan tuottaa, värit ja niin edelleen. Asiakkaalle on selvitettävä selkeät reunaehdot. Itse prosessissa tulee olla selkeät vaiheet suunnittelun ja tuotannon osalta. Asiakkaan tulee saada kokonainen paketti helposti, sisältäen tuotteen lisäksi muun muassa pakkauksen, tuotelaput, niiden ompelun ja toimituksen. Suunnitteluun tulee tuoda mukaan konkretiaa, kuten materiaali- ja lankanäytteet. Suunnittelija on asiantuntija, jolta palvelua ostetaan ja lopputuloksena saadaan laadukas tuote. Ennen kaikkea koettiin, että kokonaisuudella tulee olla sopiva hinta, joka on vielä asiakkaalle kannattava esimerkiksi jälleenmyynnin näkökulmasta. (Koskijoki & Torvinen 2012, H.R. museo 2013, Rotko 2012c.)

6.3 Palvelukonseptin analysointi

Pilotoidun palvelun suunnitteluprosesseista saatu tieto vahvisti, että pohja palvelulle on toimiva ja sen suunniteltu palvelupolku palvelutuokioineen lähtökohdiltaan toteuttamiskelpoinen. Olennaisesti palvelupolkuun vaikuttaa suunnitteluprosessissa hyvinkin yksilöllisen kuosisuunnittelun eteneminen suhteessa käytettävissä oleva aikaan. Palvelulle rajattu asiakaskunta muun muassa museot ja designia myyvät yritykset, joita pilottiasiakkaat edustivat, ovat potentiaalisia asiakkaita palvelulle riippuen niiden tuotetarpeesta. Käyttämäni välineet toimivat tarkoituksessaan, mutta niiden tarkoituksenmukaisuutta eri vaiheissa ja osana palvelua täytyy vielä arvioida. Samoin tarvetta on käydä läpi olennaisimmat palvelun kontaktipisteet yksityiskohtaisemmalla tasolla läpi. Suunnitteluprosessin lisäksi tärkeää jatkokehittämisessä olisi ottaa myös tuotantoprosessi ja siihen liittyvät vaiheet ja yksityiskohdat sekä kustannustehokkuus tarkemmin mukaan palvelun suunnitteluun.

Palveluni ydin on tarjota asiakkaalle hänen toiveidensa ja lähtökohtiensa perusteella räätälöity kuosi neuletuotteeseen, joka on valmistettu ekologisista materiaaleista ja tuotettu lähituotantona mielellään Suomessa. Palveluun kuuluu suunnittelu ja tuotteiden valmistusmahdollisuus pakettina asiakkaalle. Palvelun arvon muodostavat palvelun helppous, selkeys, hinta ja laatu sekä sen konseptiin kuuluvat tuotteen arvot: suunnittelijan näkemyksen ainutlaatuisuus, materiaalien ekologisuus ja suomalainen lähituotanto. Asiakastutkimuksen ja pilotointikokemuksen perusteella liitännäispalveluna kokonaisuuteen voisi kuulua suunnitteluprosessin elämyksellisyyden korostaminen, esimerkiksi työyhteisön tarkoituksenmukainen osallistaminen suunnitteluun erilaisin välinein. Myös palvelun kantava idea, suunnitteluun osallistuminen, voisi itsessään elämyksenä tuoda asiakkaalle lisäarvoa. Suunnitteluprosessi voitaisiin myös kehittää osittain ohjelmapohjaiseksi formaatiksi esimerkiksi nettiin tai tukemaan yleisesti suunnittelua, jonka rakentamisessa voisi soveltaa asiakasprosesseissa saatua tietoa. Liitännäispalveluihin kuuluisi esimerkiksi tuotelapun valmistaminen tuotteeseen, jossa olisi suunnittelijan nimi tai puumerkki ja yrityksen logo ynnä muiden tietojen lisäksi, ja tuotepakkauksen sisältyminen kokonaisuuteen. Ne olisivat olennaisia räätälöidyn tuotteen ja pakettimaisen palvelun kokonaisuuden kannalta. Kuosisuunnittelua, ja sitä kautta palvelua, tukevaa olisi myös asiakkaalle suunnitteluprosessin ajaksi tai omaksi annettava tuotekansio, joka voisi sisältää materiaali- ja lankanäytteet, värikartan, tuotevalikoiman ja valokuvia tuotteesta suunnittelun aloittamiseksi ja prosessin tueksi. Omaa osaansa näyttelevät myös asiakkaalle suunnitteluprosessissa omaksi annettava materiaali, kuten luonnokset.

SUUNNITTELUPROSESSI



Kuvio 4: Mittatilauksena räätälöidyn neuletuetteen suunnitteluprosessin palvelupolku.

Palvelupolun olennaisiksi palvelutuokioiksi pilotoidussa suunnitteluprosessissa muodostuivat: 1. haastattelu, 2. teeman kiteyttäminen, 3. kuvioluonnosten suunnittelu, 4. kuosiluonnosten suunnittelu, ja 5. valmis kuosi. Suunnittelupalveluni kannalta tärkeitä kontaktipisteitä olivat suunnitteluvälineet: yhteenvedot, avainsanat, teema- ja aihekollaasit, kuvio- ja kuosiluonnokset, havaintoluonnokset neuleesta ja tuotteesta, värikartat, lanka- näytteet sekä materiaali- ja tuotenäytteet. Kuosin ja neuleen suunnittelun kannalta hyviä aistinärsykeitä, ambient designia, olivat etenkin lanka-, materiaali ja tuotenäytteet. Suunnitteluvälineet toimivat sekä olennaisina suunnittelupalvelun työkaluina, mutta ne toimivat olivat myös palvelumuotoilun välineinä pilotointiprosessissa. Niiden avulla, kuten teema- ja aihekollaasit, saatiin selville asiakkaan mielipiteitä.

Pilotoinnissa haastatteluvaiheeseen kuului myös palvelun esittely, kuten materiaalinäytteiden esittely. Palvelun esittelyssä tärkeää olisi palvelupaketin avaaminen ja sen vaiheiden kertomisen asiakkaalle sekä havaintomateriaalien kuten materiaalinäytteiden ja värikartan esittely, esimerkiksi suunnittelureferenssien tai esimerkkien kautta. Periaatteessa palvelun esittely voi tapahtua jo sen myymisen tai yhteistyön solmimisen yhteydessä, ennen haastattelu vaihetta. Teeman kiteyttäminen perustuisi haastattelussa saatuihin tietoihin ja toiveisiin, jonka perusteella tehdään taustatutkimusta ja ensimmäiset teema- ja aihekuonnokset kollaaseina. Kuvio- ja kuosiluonnosten suunnittelu etenee asiakkaan ehdoilla, johon on varattu kuitenkin tietty määrä työtunteja. Erilaiset luonnosteluvälineet, tuotetta ja tekniikkaa avaavat havaintovälineet, materiaalinäytteet ja värikartta olisivat tässä vaiheessa tärkeitä. Valmiin kuosin lopullinen tuotantoon toteutettava malli esitettäisiin asiakkaalle paperisilla havaintovälineillä ja lankanäytteillä, jonka jälkeen se hyväksytäisiin tuotantoon.

Tuotantoprosessin käynnistäminen olisi seuraavaa vaihe palvelussa. Opinnäyteyöni käyttäjätutkimus ja pilointi keskittyi vain suunnitteluprosessin havainnointiin. Mutta prosessissa hahmottamani tiedon sekä aikaisemman kokemuksen perusteella tuotantopro-

sessi voisi edetä kokonaisen palvelun hahmottamiseksi suurin piirtein seuraavalla tavalla.

Prosessi alkaisi niin sanotusta mallikappalevaiheesta. Vaihtoehdot voisivat olla, että kuosista toteutettaisiin näyte neuloksena tai asiakkaalle havainnoitaisiin tulostettavin prototyypin tuote ja kuosi neulepintana, kuten palvelupolun kohdassa valmis kuosi. Monesti uusista tuotteista saatetaan myös valmistaa protokappaleita, mutta tuotteideni, joita on jo valmistettu, kannalta se on ei ole välttämätöntä, sillä tilanteessa ei olla luomassa täysin uutta tuotetta. Jos kuosista toteutettaisiin neulosmallikappale tai prototyyppi, palvelussa täytyisi miettiä, että kuka maksaa valmistuskustannukset (Isoniemi 2013). Mallikappaleiden ja protojen valmistamiseen liittyy myös mahdollisten korjausten tekeminen, jotka osaltaan vaativat myös aikaakin. Ne voivat sisältyä palvelun kokoishintaan tai asiakas maksaa ne lisäkuluna. Tapauksessani mallikappaleen ja proton teettäminen neuloksena on suuri kustannuserä, jota voi jo verrata varsinaisen tuotannon aloittamiseen. Palveluni kannalta näen hyvänä vaihtoehtona edullisten tulostettavien paperisten mallikappaleiden sisällyttämisen tuotantoprosessiin ja jo osaksi suunnittelua, kuten pilotoinnissa toimittiinkin. Paperiset mallit ovat myös palvelun hinnoittelun ja tuotannon järkevyyden kannalta paras vaihtoehto. Mallikappalevaiheen suunnitteluprosessin ja tuotantoprosessin rajapinnassa olisi tarkoitus yksinkertaisesti havainnollistaa asiakkaalle miltä lopullinen tuote ja tässä tapauksessa nimenomaan kuosi tulisi valmiina näyttämään. Neulotun materiaalin tunnun voi havainnollistaa neulotulla värikartalla asiakkaalle (Holopainen 2013). Kokonaisuus vaatii suunnittelijalta hallittua suunnittelun viemistä tuotantoon, jotta ei tarvitse maksaa mahdollisista omista korjauksista tuotantovaiheessa. Jos asiakas haluaa välttämättä neulotun mallikappaleen, sen voi sisällyttää asiakkaalle erikseen maksettavana palveluna (Holopainen 2013). Viimeinen vaihe olisi lopullisten tuotteiden valmistus. Tämän jälkeen tuote toimitettaisiin asiakkaalle. Tuotantoprosessiin kuuluisi myös tämän lisäksi lisäpalvelut, kuten tuotelappujen tai pakkausten valmistus. Näin tuote viimeisteltäisiin asiakkaalle.



Kuvio 5: Hahmotelma mittatilauksena räätälöidyn neuletuetteen tuotantoprosessin palvelupolusta.

6.4 Suunnittelupalvelun hinnoittelu

Hinta vaikuttaa siihen, millainen on palvelun imago, yrityksen kilpailutilanne ja yrityksen kannattavuus (Stenbacka ym. 2004, 195). Mittatilauksena räätälöityjen tuotteiden imago on yleensä hinnaltaan normaalia korkeampi, sillä ero massatuotetulle tuotteelle pitää näkyä hinnassa. Mittatilauksena räätälöityjen tuotteeseen tulee päälle suunnitteluun käytetty aika, mahdollinen tuotekehittäminen ja suunnittelijan asiantuntijuus, jota myös ostetaan. Hintaan vaikuttavat myös materiaalit ja laadukkuus.

Lopulta tuotteen tai palvelun hinnan määrittävät aina vallitsevat markkinat. (Eklund & Kekkonen 2011, 87). Jos kyseessä ei ole vakiotuote ja markkinoilla ei ole kilpailijoita ja tuote erottuu selkeästi, hinnoittelu on vapaampaa (Eklund & Kekkonen 2011, 87). Oletettavaa on, että tuote ja suunnittelu tekevät palvelustani yksilöllisen ja erottuvan, jolloin hinnoittelun voi pitää varsin vapaana tämänhetkisten selvitysten valossa. Hinnoittelussa on otettava huomioon aina myös kannattavuus, eli tuottoa on saatava niin paljon, että muuttuvat, että kiinteät kulut, tulevat katetuksi. (Eklund & Kekkonen 2011, 87.)

Palvelujen omaleimaisuus, tietty aineettomuus ja arvioidun työsuorituksen määrittäminen tekevät palvelun hinnoittelusta haasteellista (Sipilä 2003, 19). Palveluni lopputuloksena syntyvä tuote auttaa omalla kohdallani konkretisoimaan palvelun hinnoittelua. Tapauksessani tuotteen kuusin suunnittelu ja tuotteen valmistaminen muodostavat palvelukokonaisisuuden, joka hinnoiteltaisiin asiakkaalle. Hinnoittelutekniikkana aion käyttää tässä yhteydessä yhdistelmähinnoittelua, jossa mittatilauksena suunniteltava kuusin suunnittelu nähdään yhtenä hintana ja asiakkaan tilaamat tuotteet hinnoitellaan erikseen (Rope 1995, 187). Tulen laskemaan suunnittelun ja tuotteiden hinnat kustannusperusteisesti (Stenbacka ym. 2004, 197). Laskelmissa kaikki kustannukset on ilmoitettu ilman arvonlisäveroa (24 %), sillä konseptoidun suunnittelupalvelun tarjoajana pidän oletusarvoisesti toiminimellä toimivaa yrittäjää tai yritystä.

Pilotoiduissa suunnitteluprosesseissa työtuntimäärät olivat noin 50–60 tuntia, sillä oletuksella, että suunnittelutyötä vasta testattiin. Laskelmissani oletuksenani on että yksi suunnitteluprojekti vaatii noin 40 tuntia. Muotoilijan keskimääräinen tuntihinta on 52 euroa (Martens 2012). Suunnittelutyön täytyy kattaa yritystoiminta ja ynnä muut sivukulut (ks. Taulukko 1). Olennaista palvelussa on myös suunniteltavan kuusin käyttöoikeudet. Näen palvelussani asiakkaan ostavan minulta suunnittelun hinnalla yksinoikeuden valmistaa itselleen räätälöityä kuoseja neuletuotteena. Jos asiakas haluaa käyttää kuosia

jossain muussa tuotteessa, esimerkiksi t-paidassa, sen voi sopia erikseen tuotekohtaisella käyttösopimuksella ja siihen sisältyvällä suunnittelutyöllä.

Taulukko 1: Suunnittelun hinnoittelu palvelussa.

Suunnittelutyö	2080,00 e
Yhteensä: (ALV 0%)	2080,00 e

Pilottiasiakkaille suunniteltavat tuotteet tulevat toimimaan laskelmissani tuote-esimerkeinä. Materiaali- ja tuotantokustannukset pohjautuvat arvioihin aiemmin teetetyistä vastaavanlaisista tuotteista. Kustannukset muodostuvat tuotannon aloittamiskustannuksista ja käsittelykuluista, jotka jakautuvat suhteessa teetettyyn tuotemäärään. Tuotannon aloittamiskustannuksilla tarkoitan tuotannon aloittamiseen kuuluvia pakollisia kuluja, joka tarkoittaa tällä tekniikalla uuden kuosin ohjelmoimista teolliselle neulekoneelle ja siitä koituvia kuluja, joka määräytyvät kuosikohtaisesti. Käsittelykulut pitävät sisällään suunnittelijan valmistukseen liittyvien asioiden hoitamiseen liittyviä kuluja kuten matka-kulut, jotka perustuvat arvioon. Tuotekohtaiset muut kustannukset ovat materiaalikustannukset: langat, neulonta sisältäen tuotteen viimeistelyn ja muut kulut. Materiaalikustannuksiin olen myös huomionnut tuotelaput ja yksinkertaisen pakkauksen, joiden hinnat

Taulukko 2: Hihakefiltti-tuotteen arvioidut materiaali- ja valmistuskustannukset

Tuote-erän hinnoittelu				
Tuote: hihakefiltti				
Kustannukset				
Eräkohtaiset kustannukset:				
Tuotannon aloittamiskustannukset				
Käsittelykulut				
Tuotekustannukset:				
Materiaalikustannukset				
Erän hinta joillekin erämäärille				
Määrä	1	5	10	50
Eräkohtaiset kustannukset	95,00	95,00	95,00	95,00
Tuotekustannukset	60,05	300,25	600,50	3002,50
Veroton hinta:	155,05	395,25	695,50	3097,50
Verollinen hinta (ALV 24%):	192,26	490,11	862,42	3840,90
Veroll. Hinta (euroa) / tuote:	192,26	98,02	86,24	76,82

perustuvat arvioihin. Langan kilohinta vaihtelee riippuen laadusta ja väristä. Laskelmissa käytetään yleensä lankojen keskimääräistä arvonlisäverotonta kilohintaa, mutta joka täytyy vielä arvioida erikseen realistisen laatu- ja värimenekin mukaan (ks. Taulukot 2 ja 3).

Ajatuksena palvelussa on, että tulos tehtäisiin suunnittelutyöllä ja tuotteiden teettäminen olisi asiakkaalle kustannusperusteista. Kuten laskelmasta käy ilmi, tuotteen kustannushinta tippuu nopeasti, kun tilattavan tuote-erän koko kasvaa, jolloin piensarjallinen tuottaminen tulee kannattavaksi (ks. Taulukot 2 ja 3). Esimerkiksi yhden hihakeviltin teettäminen maksaa noin 192 euroa ja yksi shaali 177 euroa (sis. alv. 24 %). Ja vastaavasti kymmenen hihakeviltin teettäminen maksaa noin 86 euroa/tuote ja kymmenen shaalin 71 euroa/tuote (sis. alv. 24 %).

Taulukko 3: Shaali-tuotteen arvioidut materiaali- ja valmistuskustannukset

Tuote-erän hinnoittelu				
Tuote: shaali				
Kustannukset				
Eräkohtaiset kustannukset:				
Tuotannon aloittamiskustannukset				
Käsittelykulut				
Tuotekustannukset:				
Materiaalikustannukset				
Erän hinta joillekin erämäärille				
Määrä	1	5	10	50
Eräkohtaiset kustannukset	95,00	95,00	95,00	95,00
Tuotekustannukset	47,77	238,85	477,70	2388,50
Veroton hinta:	142,77	333,85	572,70	2483,50
Verollinen hinta (ALV 24%):	177,03	413,97	710,15	3079,54
Veroll. Hinta (euroa) / tuote:	177,03	82,79	71,01	61,59

7 YHTEENVETO

Työni oli opinnäytetyöksi laaja kokonaisuus, jota ohjasi henkilökohtainen kiinnostus aiheeseen. Sen kantava ajatus oli ekologisten designneuletuotteiden suunnittelupalvelukonseptin kehittäminen asiakkaan toiveiden pohjalta. Tavoite oli tutkia räätälöitävien neuletuotteiden suunnittelupalvelua, jossa tuotteet räätälöidään asiakkaalle mittatilauksena suunniteltavalla kuosilla.

Tutkimuksessa pilotoin suunnittelupalveluni konseptin kahdelle palvelun asiakasryhmään kuuluvalla hypoteettiselle asiakkaalle: Littlefinland-yritykselle ja Helinä Rautavaaran museolle. Käyttäjätutkimukseni tarkoituksena oli luoda vuorovaikutteinen suunnittelusuhde asiakkaan kanssa sekä havainnoida kokemuksiani suunnitteluprosessin eri vaiheissa, oppia niistä ja hyödyntää kokemuksia palvelun suunnittelussa. Tämän lisäksi haastattelin asiakkaita. Pilotin lopputuloksena syntyi tuotantolähtöinen neulekuosimallisto ja analyysi palvelua suunnittelun ja toimivuuden näkökulmasta. Hyödynsin analysoinnissa käyttäjäkeskeisen palvelusuunnittelun eli palvelumuotoilun tapoja hahmottaa palveluni hyöty asiakkaalle, palvelupakettia eli kokonaiskuvaa palvelusta, sekä palvelupolkua eli palvelun kulkua asiakkaalle. Käytin muotoilun menetelmiä, kuten luonnoksia, kollaaseja, havainnekuvia, avainsanoja, materiaalinäytteitä ja värikarttoja suunnittelupalveluun kuuluvina työkaluina. Menetelmät toimivat myös palvelumuotoilun välineinä asiakasymmärryksen synnyttämisessä.

Kahden suunnitteluprojektin ottaminen yhden sijasta laajensi kokonaisuutta, mutta antoi myös mahdollisuuden vertailevaan ja monipuolisiin havainnointiin, mistä olen tyytyväinen. Suunnitteluprosessit toteutettiin sekä etäyhteyksien, että kontaktitapaamisten, kautta yhden ja useamman henkilön kanssa suunnitellen. Molemmat tavat toimivat ja sain soveltaa suunnittelijan taitojani niissä. Kokemukseni asiakkaiden kanssa käydyistä vuorovaikutteisista suunnittelutöistä antoivat paljon arvokasta kokemusta ja tietoa, josta on jatkossakin hyötyä ammatillisesti. Olen erittäin tyytyväinen suunniteltuihin kuosimallistoihin ja, mikä tärkeintä, niin ovat myös asiakkaatkin, joiden palaute oli tärkeä osa tätä työtä. Kahdesta kuosimallistosta tuotteineen tuli hyvin erilaisia ja omalaatuisia, kiteyttäen niihin prosessin kautta uniikin tarinan kuvioin ja värein.

Työskentely asiakkaan kanssa yhdessä oppien ja kokien sai hahmottamaan suunnittelupalvelun monet osa-alueet. Asiakkaan kanssa luodussa vuorovaikutteisessa suhteessa tärkeäksi nousi kykyäni ymmärtää asiakkaan kokemuksia, tarpeita ja odotuksia. Oleellista oli kuunnella asiakasta, mutta toisaalta myös ymmärtää kuulemaansa ja kysyä oikeat

kysymykset. Ymmärtäminen suunnitteluprosessissa vaati sosiaalisia taitoja, kykyä asettaa käyttäjän asemaan, visuaalista ajattelua ja luovuutta.

Pilotointia varten luomani alustavan palvelun kulun eli palvelupolun avulla pääsin hahmottamaan asiakkaan kokemuksia, tarpeita ja odotuksia palvelusta. Suunnittelupalvelun palvelupolku oli sellaisenaan toimiva ja kehityskelpoinen. Kyky toimia suunnitteluideoiden, tarinoiden ja ratkaisujen luovana tulkkina asiakkaalle oli olennaista suunnitteluprosessissa. Luovat tapahtumaketjuista toiseen vievät ratkaisut yllättivät aina itsenikin. Lopputulos oli lopulta positiivisessa mielessä aivan erilainen, kuin oli alussa oli lähdetty hahmottelemaan. Luomani kuvat ja tekstit toimivat suunnittelun asiakasymmärryksen tukena ja suunnittelukysymysten konkretisoijana. Havaitsin, että suunnittelu useamman ihmisen kanssa vaatii parempia vuorovaikutustaitoja. Tärkeäksi palvelun arvoksi palautteessa nousi palvelun selkeys ja helppous asiakkaalle, sekä laatu ja hinta. Tärkeitä arvoja palvelulleni ovat myös suunnittelijan näkemys, materiaalien ekologisuus ja suomalainen lähituotanto. Opin prosesseissa kuinka hyödyllistä on miettiä kaikki hyvin etukäteen, mikä säästää aikaa ja resursseja, ja onkin hyvä pohja mille tahansa palvelulle.

Pilotoidut suunnitteluprosessit antoivat näkökulmaa kuosisuunnittelijan toimenkuvasta. Palvelun hinnoittelun hahmottaminen työssäni konkretisoi kokonaisuutta, joka on tärkeä osa-alue palvelun kehittämisen seuraavissa vaiheissa, tuotteistamisessa ja lanseeraamisessa. Nähtäväksi jää, jatkavatko suunnitellut neulemallistot elämäänsä ja missä muodossa näin tapahtuu, mutta ainakin ne ovat hyvä referenssi suunnittelutyöstä. Tämä olikin yksi tavoitteistani. Tutkimukseni perusteella palvelukonseptini olisi mahdollista päivittää toimivammaksi ja vaikka toteuttamiskelpoiseksi. Palaute opinnäytetyön yhteistyökumppaneilta palvelusta oli kannustavaa ja rohkaisevaa. Tuotteistettuja muotoilun suunnittelupalveluita pitäisi mielestäni osata hyödyntää enemmän, sillä näen tarvetta kiinnostaville ja kestäville tuote- ja palveluratkaisuille.

Opinnäytetyöni antaa kuvan suunnittelijan tärkeästä roolista ja työvaiheista kuosisuunnitteluprosessissa. Tarkoituksena on auttaa hahmottamaan asiakas- tai käyttäjätiedon hyödyllisyyttä muotoilussa ja palvelun suunnittelussa sekä korostaa asiakasvuorovaikutuksen merkitystä muotoilun välinein. Työni konkretisoi palvelun suunnittelun ja sen kehittämisen tapoja yleisemmin kuosisuunnitteluni ja erityisesti mittatilauksena räätälöidyn neuletuotteen suunnittelupalvelun pilotoinnissa.

Lähteet

- Aarikka 2013. Rääätälöidyt tuotteet. [verkkosivu] <<http://www.aarikka.com/fi/liikelahjat/raataloidyt-tuotteet>> (luettu 28.2.2013).
- Ahtela, Taina 2011. Suomalaista rakkaudella. Avotakka 9/2011 [verkkodokumentti]<<http://www.littlefinland.fi/assets/images/muut/avotakka.jpg>> (Luettu 11.1.2013).
- Ekegren, Tuija 2012. Muotoilija on elämän tulkki. Taide & Design 4/2012. 78-83.
- Eklund, Irina & Kekkonen, Heidi. 2011. Toiminnan kannattavuus. Helsinki: WSOYpro Oy.
- Globe Hope 2013. Personointi. [verkkosivu] <http://www.globehope.com/b2b_fi/brandays/> (luettu 28.2.2013).
- Guthwert, Katariina 2013. Mitalin teettäminen omalla kuvalla. [verkkosivu] <<http://www.katariinaguthwert.com/tilaus.html>> (luettu 28.2.2013).
- Helinä Rautavaaran museo 2013. Tietoa museosta. [verkkosivu] <<http://helinamuseo.fi/tietoa-museosta/>> (luettu 28.2.2013).
- Helsingin Yliopisto Shop 2013. Huivit ja solmiot. [verkkosivu] <http://juno.gagar.fi/epages/28102009-1007.sf/fi_FI/?ObjectPath=/Shops/28102009-1007/Categories/Huivit_ja_solmiot> (luettu 28.2.2013).
- Huotari, Petteri & Laitakari-Svärd, Ira & Laakko, Johanna & Koskinen, Ilpo 2003. Käyttäjäkeskeinen tuotesuunnittelu. Käyttäjätiedonkeruu, mallintaminen ja arviointi. Saarijärvi: Taideteollinen korkeakoulu.
- Hämäläinen, Kai & Lammi, Miia 2009. Service design as a tool for innovation leadership. Miettinen, Satu & Koivisto, Mikko (toim.) 2009. Designing Services with Innovative Methods. Kuopio: Kuopion muotoiluakatemia 180-195.
- Hämäläinen, Kai & Miettinen, Satu & Vilkkä, Hanna 2011. Asiakasymmärryksen ja käyttäjätiedon hankkiminen. Miettinen, Satu (toim.) 2011. Palvelumuotoilu - Uusia menetelmiä käyttäjätiedon hankintaan ja hyödyntämiseen. Helsinki: Teknologiainfo Teknova, 60-71.
- Karkelo 2013. Karkelo tuntee kankaat. [verkkosivu] <<http://www.karkelo.com>> (luettu 28.2.2013).
- Koivisto, Mikko 2011. Palvelumuotoilun peruskäsitteet. Miettinen, Satu (toim.) 2011. Palvelumuotoilu - Uusia menetelmiä käyttäjätiedon hankintaan ja hyödyntämiseen. Helsinki: Teknologiainfo Teknova.
- Littlefinland 2013. Littlefinland on uniikkeja tuotteita ja laatua. [verkkosivu]<www.littlefinland.fi/fi/etusivu> (luettu 28.2.2013).
- Manninen, Kirsi & Ugas, Outi 2012. Kasvunvara – työkaluja parempaan palveluun. [verkkodokumentti]. Sitra ja ProAgria keskusten Liitto. Saatavuus <<http://www.proagria.fi/kasvunvara/kirja/>> (luettu 25.1.2013).
- Maria Kurki 2013. Omakuosit ja yrityspalvelut. [verkkosivu] <<http://www.marjakurki.fi/service/>> (luettu 28.2.2013).

Markula, Raija 2003. Tekstiilitieto. Porvoo: WSOY.

Martens, Jutta 2012. Muotoilukentän työmarkkinatutkimus. Helsinki: Teollisuustaitteen liitto Ornamo.

Mattelmäki, Tuuli 2006. Muotoiluluotaimet. Tampere: Teknologia teollisuus ry.
Miettinen, Satu 2009. Service designer's methods. Miettinen, Satu & Koivisto, Mikko (toim.) 2009. Designing Services with Innovative Methods. Kuopio: Kuopion muotoiluakatemia 60-77.

Miettinen, Satu 2011. Palvelumuotoilu – yhteissuunnittelua, empatiaa ja osallistumista. Miettinen, Satu (toim.) 2011. Palvelumuotoilu - Uusia menetelmiä käyttäjätiedon hankintaan ja hyödyntämiseen. Helsinki: Teknologiainfo Teknova, 20-41.

Muototalo Bravoo Oy 2009. Omakuosit ja yrityspalvelut. [verkkosivu] <www.bravoo.fi> (luettu 28.2.2013).

Niemelä, Kyösti 2012. Pröistälyn uusi aika. Kuluttaja. Helsingin Sanomat 15.8.2012.

Nurmi, Anniina 8.1.2013. Ympäristömerkit. Ympäristömerkit ja eettiset sertifikaatit. [verkkosivu] <<http://www.vihreatvaatteet.com/ymparistomerkit/>> (luettu 8.1.2013).

Palmenia 8.2.2012. Tutkijapraktikumista päivää! [verkkodokumentti]. Helsingin Yliopisto: Koulutus- ja kehittämiskeskus Palmenia. Saatavuus <http://www.helsinki.fi/palmenia/lahti/2012/080212__7.html> (luettu 17.1.2013).

Pentik 2013. Yritysmyynti. [verkkosivu] <<http://www.pentik.com/fi/palvelut/yritysmyynti/Sivut/default.aspx>> (luettu 28.2.2013).

Rope, Timo. 1995. Markkinointiosaaminen. Keuruu: Otava.

Sinervo, Pirjo 2012. Koneneulonta. [verkkosivu] Käspaikka – käsityö verkossa. Saatavuus <<http://www.kaspaikka.fi/neulonta/koneneulonta/index.html>> (luettu 7.1.2013).

Soini-Salomaa, Kristiina 2011. Muotoilun ja käsi- ja taideteollisuuden tulevaisuus. [verkkodokumentti] Lahden yliopistokeskus: Lahden tiedepäivät. Saatavuus <http://www.lahdenyliopistokeskus.fi/esytdta/customers/lahdenyliopistokeskus/files/lahden_tiedepaiva/lahden_tiedepaiva_2011/esitykset_2011/soini-salomaa.pdf> (luettu 17.1.2013).

Stenbacka, Juha & Mäkinen, Irma & Söderström, Terttu 2004. Kannattavuuden avaimet. Vantaa: WSOY.

Suominen, Emma 2012. Eko=luksusta. Forma&Furniture 4/2012. 23–24.

Superyellow 2013. Profiloidut liikelahjat. [verkkosivu] <www.superyellow.fi/mallistot.php?groupId=6> (luettu 28.2.2013).

The Natural Life 2013. Yrityslahjat. [verkkosivu] <<http://thenatural-life.eu/historia/>> (luettu 28.2.2013).

Thurston, Paul 2009. Designing public services. Miettinen, Satu & Koivisto, Mikko (toim.) 2009. Designing Services with Innovative Methods. Kuopio: Kuopion muotoiluakatemia 150–161.

Tuulaniemi, Juha 2011. Palvelumuotoilu. Helsinki: Talentum Media oy.

Vaahtojärvi, Kristiina 2011. Palvelukonseptien arviointi. Miettinen, Satu (toim.) 2011. Palvelumuotoilu - Uusia menetelmiä käyttäjätiedon hankintaan ja hyödyntämiseen. Helsinki: Teknologiainfo Teknova, 130–146.

Verso Design 2013. Verso Design for Iittala - Fall 2012 [verkkosivu] <<http://www.versodesign.fi/en/verso-design-products/new-products/verso-design-for-iittala-fall-2012>> (luettu 28.2.2013).

Åman, Pirkka 2006. Palveluiden suunnittelu yksilöllistyvän kulutuksen aikana. Inkinen, Sam & Karkulehto, Sanna & Mäenpää, Marjo & Timonen, Eija (toim.) 2006. Minne matka luova talous? Rovaniemi: Kustannus Oy Rajalla 247-256.

HENKILÖKOHTAINEN TIEDONANTO

Granlund, Risto ja Meriluoto, Tuula 2012. Muotoilujohtaja ja Hallinto- ja asiakkuusjohtaja. Muototalo Bravoo. Haastattelu: 23.4.2012.

Helinä Rautavaaran museo 2012. Vapaamuotoinen palaute: 18.12.2012.

Holopainen, Ari & Holopainen, Esa & Holopainen, Pentti Kutomo Holopainen Oy. Suullinen tiedonanto: 17.10.2012.

Isonimi, Laura 12.2.2013. TaM, Taidepedagogi, IDBM. Suullinen tiedonanto.

Koskijoki Marja 2012. Museonjohtaja. Helinä Rautavaaran museo. Haastattelu: 6.10.2012.

Koskijoki, Marja & Torvinen, Elina 2012. Museonjohtaja & Konservattori. Helinä Rautavaaran museo. Haastattelu: 18.12.2012.

Piironen, Rosa 22.1.2013. Tekstiili- ja vaatesuunnittelija. Suullinen tiedonanto.

Rotko, Mari 2012a. Littlefinland. Sähköposti: 22.8.2012.

Rotko, Mari 2012b. Yrittäjä. Littlefinland. Haastattelu: 11.09.2012.

Rotko, Mari 2012c. Yrittäjä. Littlefinland. Haastattelu: 3.11.2012.

Rotko, Mari 2013. Yrittäjä. Littlefinland. Vapaamuotoinen palaute: 23.1.2013.

KUVALÄHTEET



Kuva 1

www2.wwf.fi/osta/globe_hope_64/
www.globehope.com/fi/starred-categories/wdc.html
www.posti.fi/postipalvelee/vihrea/tuotteet/globalhope.html

(luettu 12.2.2013)



Kuva 2

www.superyellow.fi/mallistot.php?groupId=6

(luettu 12.2.2013)



Kuva 3

www.versodesign.fi/en/verso-design-products/new-products/verso-design-for-iittala-fall-2012

(luettu 12.2.2013)



Kuva 4

http://juno.gagar.fi/epages/28102009-1007.sf/fi_FI/?ObjectPath=/Shops/28102009-1007/Categories/Huivit_ja_solmiot

(luettu 12.2.2013)



Kuva 5

www.bravoo.fi/index.asp?action=0&type=100008&id=17
www.facebook.com/guthwert/photos_stream
www.karkelo.com/index.php?page=autokankaat
<http://thenatural-life.eu/liikelahjat/>

(luettu 12.2.2013)



Kuva 7

www.loytojenpuoti.fi/tuotteet.html?id=17/276
<http://pafemtevaningen.com/store/various/arabia-pomona-marmelade-jars-500-sekeach/>
<http://pinterest.com/pin/150800287493939394/>
www.theparkstreetblog.com/2010_03_01_archive.html
www.etsy.com/listing/71092305/arabia-wartsila-sunnuntai-dishes
www.archiproducts.com/de/produkte/54641/napakettu-stoff-aus-baumwolle-napakettu-stoff-marimekko.html
http://bloesem.blogs.com/wr_vintageceramics/

<http://fika.kuppi.jp/?cid=26463>
www.designlasi.com/forum/tammisaaren-posliini-wartsila-arabia-muki
www.etsy.com/listing/106754779/vintage-large-arabia-finel-kaj-franck
<http://blandad.blogspot.fi/2009/01/sanna-annukka-for-marimekko.html>
<http://printpattern.blogspot.fi/2009/03/marimekko-by-sanna-annukka.html>
www.nanso.fi/
www.bluemoment.net/arabia/esteri/esteri_top.html
www.e-perch.com/shopvh1/vinh1.html
<http://moikka123.blog19.fc2.com/blog-entry-7.html>
www.etsy.com/listing/106234366/finel-pot-esteri-tomula-kaj-franck
http://www.flickr.com/photos/80454719@N08/7752796440/http://www.jelisava.com/2007/02/marimekko_fabri.html
<http://www.craftmuseum.fi/poro/poromateriaalina/saamenpuvuista.html>
<http://www.flickr.com/photos/72492842@N00/184001158/sizes/m/in/photostream/>
buyathread.wordpress.com/2009/12/20/2009-weave-of-the-week-44-tree-association/
www.sanna-annukka.com/index.php?_a=category&cat_id=13
knodelmobel.blogspot.fi/2012/05/marimekko.html
www.nanso.fi/mallisto/yo-ja-oloasut-syksy-2012/20643
hokuohkurashi.com/?pid=8750122
<http://homesweetcafe.web.fc2.com/h-kitchen.html>
www.grahnsmoderna.com/samlade_bilder.html
www.etsy.com/listing/90600292/arabia-pomona-strawberry-jam-jar-pot
pafemtevaningen.com/store/sold-items/arabia-jug-350-sek/
www.laatutavara.com/index.php?page=haku&hakuteksti=14025&Submit=Hae&laaja=on

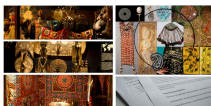
(luettu 26.9.2012)



Kuva 8

<http://www.craftmuseum.fi/poro/lastenporo/pukeutuminen/saamenpuvusta.html>

(luettu 12.2.2013)



Kuva 11

http://culture.teldap.tw/culture_jp/index.php?option=com_content&view=article&catid=156:lives-and-cultures&id=1196:ancient-coins-excavated-from-the-bengang-site
<http://www.barakatgallery.com/store/index.cfm/FuseAction/ItemDetails/UserID/0/CFID/80642794/CFTOKEN/f4bc0d5098da04c0-5D7F71BB-3048-33BC-FC812B04461FEA66/jsessionid/843037b57b3f0643b3d07a50189633e78c2a/CategoryID/30/SubCategoryID/866/ItemID/23663.htm>
<http://suomenmuseotonline.fi/fi/kohde/Helin%C3%A4+Rautavaaran+museo/Rla96a%3a?freetextSearch=el%C3%A4m%C3%A4npuu&itemIndex=74>
<http://suomenmuseotonline.fi/fi/kohde/Helin%C3%A4+Rautavaaran+museo/Rai217%3a?freetextSearch=talismaani&itemIndex=1>
<http://suomenmuseotonline.fi/fi/kohde/Helin%C3%A4+Rautavaaran+museo/Raa95%3a?freetextSearch=luostarin+sein%C3%A4koriste&itemIndex=3>
<http://suomenmuseotonline.fi/fi/kohde/Helin%C3%A4+Rautavaaran+museo/Raa94%3a?name=papin+p%C3%A4%C3%A4hine&museum=helin%C3%A4+rautavaara&itemIndex=14>
<http://suomenmuseotonline.fi/fi/kohde/Helin%C3%A4+Rautavaaran+museo/Raa147%3a?freetextSearch=temppeleivaate&itemIndex=1>
<http://lagopus.livejournal.com/43222.html>
<http://suomenmuseotonline.fi/fi/kohde/Helin%C3%A4+Rautavaaran+museo/HRE192%3a?freetextSearch=fatiman+k%C3%A4si&itemIndex=3>
<http://www.hennapage.com/henna/ppd/tradsafe.html>
 Georges Jean 1998. Signs, symbols and ciphers : Decoding The Message s. 4-5 The Tree of the Virtues and Vices, Lambert de Saint-Omer miniature in the Liber Floridus Lamberti.

(luettu 18.10.2012)

ALOITUSHAASTATTELUN KYSELYPOHJA

Littlefinland:

1. Kenelle haluaisit neulekuviokuosillisen tuotteen suunniteltavan?

- a) Yrityksellesi
- b) Asiakkaillesi
- c) Itsellesi

2. Valitse haluamasi tuote, johon kuosi suunnitellaan? Vaihtoehdot ovat:

- a) Iso filtti
- b) Pieni filtti
- c) Hihake filtti
- d) Shaali
- e) Kaulaliina

Tässä vaiheessa valinta voi olla vielä alustava. Asiasta keskustellaan työn edetessä. Tuotteista on ohessa havainnekuvat mittoineen ja kuvauksineen.

3. Rajaa kohderyhmä / käyttäjä tuotteelle?

Kuvaile lopullista käyttäjää/käyttäjryhmää?

4. Millaisen neulekuvion haluat tuotteeseen?

Mitä tunnelmaa/tyyliä/estetiikkaa kuvion haluaisit edustavan?

Kerro mahdollisia esimerkkejä?

Mitä haluat kuvion tuotteessa viestivän?

TAI

Kuvaile mahdollisimman tarkkaan millaisen kuvan/kuvion haluaisit tuotteeseen?

Voit näyttää omia kuvia tai luonnoksia aiheesta

ALOITUSHAASTATTELUN KYSELYPOHJA

Helinä Rautavaaran museo:

1. **Kenelle haluaisit neulekuviokuosillisen tuotteen suunniteltavan?
Kuka olisi kohderyhmä?**

Onko tuote yrityksen henkilökunnan edustustuote?

Onko se lahja sidosryhmille / vieraille?

Onko tuote myytävä?

Voiko kuka tahansa sen hankkia?

Kerätäänkö sillä rahaa johonkin?

2. **Valitse sopiva tuote, johon kuosi suunnitellaan? Vaihtoehdot ovat:**

- a) Iso filtti
- b) Pieni filtti
- c) Hihake filtti
- d) Shaali
- e) Kaulaliina

Tässä vaiheessa valinta voi olla vielä alustava. Asiasta keskustellaan työn edetessä. Tuotteista on ohessa havainnekuvat mittoineen ja kuvauksineen.

3. **Millaisia ajatuksia teillä on suunniteltavasta neulekuvioista?**

Mitä tuotteella halutaan viestittävän?

Miten kohderyhmä huomioidaan kuviossa?

Mitä tunnelmaa/tyyliä/estetiikkaa sillä halutaan kertoa?

Kerro mahdollisia esimerkkejä tai ehdotuksia?

PALAUTEHAASTATTELUN KYSELYPOHJA

1. Miten suunnitteluprosessi mielestäsi sujui?
2. Olivatko luonnokset ynnä muut havaintovälineet toimivia?
3. Oliko tapaamisia tai suunnitteluistuntoja sopivasti, liian vähän vai liian paljon?
- (4. Miten etäyhteydellä toteutettu yhteistyö suunnittelijan kanssa mielestäsi toimi?)
5. Oliko suunnitteluprosessi sinulle avartava tai opettavainen kokemus?
6. Mitä uusia ajatuksia sinulle heräsi prosessin myötä?
7. Pääsitkö asiakkaana vaikuttamaan tarpeeksi lopputulokseen ja huomioitiinko mielipiteesi riittävän hyvin?
8. Ymmärsikö suunnittelija toiveitasi?
9. Millaisia ennakkoaajatuksia ja oletuksia sinulla oli ennen suunnittelutyön aloittamista?
10. Kuinka tyytyväinen olet lopputulokseen?
11. Näetkö nimenomaan neulekuosien suunnittelupalvelussa potentiaalia?
12. Voisitko ostaa tämänkaltaista palvelua?
13. Miten parantaisit suunnitteluprosessia ja yhteistyötä kokemasi perusteella?

MATERIAALINÄYTE 1

Hihakeviltin materiaalinäyte sini-punainen (1:1)



MATERIAALINÄYTE 2

Shaalin materiaalinäyte vadelmanpunainen-oranssi-limenvihreä-petrootinsininen (1:1)

