

Tinja Berg

Nuori suunnittelija ja verkostoituminen

Kuosimallin suunnittelu ja verkostoyhteistyö

Metropolia Ammattikorkeakoulu

Muotoilija AMK

Muotoilu

Opinnäytetyö

10.4.2013

Tekijä Otsikko	Tinja Berg Nuori suunnittelija ja verkostoituminen
Sivumäärä Aika	31 sivua + 9 liitettä 10.4.2013
Tutkinto	Muotoilija AMK
Koulutusohjelma	Muotoilu
Suuntautumisvaihtoehto	tekstiilisuunnittelu
Ohjaajat	Tekstiilisuunnittelija Rosa Piironen Tuntiopettaja Tuomas Tiitinen
<p>Työ on toiminnallinen opinnäytetyö, jonka kautta hyödynnetään sekä suunnittelutyöstä että tutkimusmenetelmistä saatua tietoa. Mielenkiinto aiheeseen nousi omakohtaisesta kokemuksesta ja tiedon tarpeesta. Työssä peilataan tehtyjä havaintoja ja teoriaa omiin kokemuksiin.</p> <p>Työ käsittelee kuosimalliston suunnittelua asiakkaalle sekä verkostoitumisen merkitystä suunnittelijalle. Tarkoituksena on tutkia verkostoitumista luovalla alalla, keskittyen verkostoyhteisön; Made in Kallion toimintaan, joka toimii myös opinnäytetyössä kuosimalliston toimeksiantajana.</p> <p>Tutkimusmenetelmänä on käytetty case-tutkimusta, jonka avulla pystyttiin tulkitsemaan niin Made in Kallion toimintaa, kuin yleisesti verkostoitumistakin. Verkostoitumista on pyritty avaamaan havainnoinnin, kirjallisuuden sekä haastatteluiden avulla. Haastattelut keskittyvät Made in Kallion yrittäjiin sekä tuottajiin. Made in Kallio on tuore yrittäjien ja tuottajien verkosto, joka koostuu eri alan yksityisyrittäjistä, tekijöistä ja sen perustajista.</p> <p>Työ kuvaa kuosimalliston suunnitteluprosessin etenemistä ja siitä opittuja taitoja. Suunnitteluprosessi ilmentää, kuinka lopullisen kuosimalliston suunnitelmiin päädyttiin. Prosessin kautta on opittu ja koettu saavan arvokkaita kokemuksia asiakastapaamisten kautta ja ylipäänsä suunnittelijan työstä. Työ mahdollisti kontaktien luomisen muiden yrittäjien kesken ja näin osoitti verkostoitumisen onnistuneen käytännössäkin. Työllä halutaan osoittaa verkostoitumisen merkitystä luovalla toimialalla.</p>	
Avainsanat	Verkostoituminen, muotoilu, kuosimallisto, suunnittelija

Author Title Number of Pages Date	Tinja Berg Networking in the Design Industry 31 pages + 9 appendices 10 April 2013
Degree	Bachelor of Culture and Arts
Degree Programme	Design
Specialisation option	Textiledesign
Instructors	Rosa Piironen, Ba Tuomas Tiitinen, TT. Lecturer
<p>Networking in this thesis refers to the way designers, makers/manufacturers directors and clients interact and build relations within the framework of a creative enterprise.</p> <p>The purpose of this investigation was to learn more about networking in the creative field using 'Made in Kallio' as a case study. Made in Kallio is an entrepreneurial initiative consisting of several artists, designers and crafts people working as sole traders. These sole traders collaborate with clients and manufactures within the one network of Made in Kallio. The aim was to determine the meaning and significance of networking for a designer.</p> <p>A combination of research methods were used including practical investigation through first-hand observations and interviews as well as through empirical texts, books and online sources. Furthermore, the Author immersed herself in the case study by participating personally as a designer working for Made in Kallio during the research period. Since the Author will soon be an emerging designer the information being researched was to be of personal benefit. For instance, questions were asked concerning the steps that can be taken for the newly graduated designer in order to have their vision and work recognised professionally.</p> <p>The work produced as a result of this endeavor is a collection of patterns designed for the customer, Made in Kallio. This contribution was developed within the case study and exploring the importance of networking for the designer. This thesis describes how the design process evolved through networking and how it influenced the final design. It was found that networking for the designer is an important factor for professional success. Being able to utilize a network of contacts for gaining leads to new clients and jobs as well as creating valuable relationships with makers and manufacturers. Through the connections made during the investigation, networking proved significantly successful for new job offers and collaboration in the design process. For the Author personally, networking lead to improved professional skills and a broader experience of design profession.</p>	
Keywords Design, networking, pattern design, designer	



Sisällysluettelo

1 JOHDANTO	1
2 TUTKIMUKSEN ALUEET	2
2.1 Tutkimuksen tausta ja tavoitteet	
2.2 Tutkimuskysymys ja tutkimusmenetelmä	3
2.3 Case-tutkimus/ Tapaustutkimus	4
2.4 Haastattelut	5
3 VERKOSTOITUMINEN LUOVALLA TOIMIALALLA	6
4.1 Yleistä	
4.2 Verkosto ja suunnittelija	7
4.3 Verkostoitumisen merkitys suunnittelijalle	8
4.4 Edut ja riskit	9
4 MADE IN KALLIO	10
3.1 Made in Kallio ja sen toiminta	13
3.2 Haastateltavat ja Made in Kallio	13
3.3 Verkosto ja verkostoyhteistyö	15
3.4 Made in Kallio ja tulevaisuus	16
5 HENKILÖKOHTAISEN SUUNNITTELUYÖN KUVAUS	18
5.1 Toimeksianto	
5.2 Suunnitteluprosessi	
5.3 Asiakaslähtöinen suunnittelu ja ideointivaihe	20
6 SUUNNITTELUYÖN POHDINTA	22
7 YHTEENVETO	24
Lähteet	25
Liitteet	28



Liitteet

Liite 1. Moodboard: Made in Kallio

Liite 2. Moodboard1 ja Moodboard 2

Liite 3. 1.Tapaamisen kuosiehdotus esimerkki1/2

Liite 4. 1.Tapaamisen kuosiehdotus esimerkki2/2

Liite 5. 2.Tapaamisen kuosiehdotus esimerkki1/2

Liite 6. 2.Tapaamisen kuosiehdotus esimerkki 2/2

Liite 7. 3.Tapaamisen kuosiehdotus esimerkki 1/3

Liite 8. 3.Tapaamisen kuosiehdotus esimerkki 2/3

Liite 9. 3.Tapaamisen kuosiehdotus esimerkki 3/3



1 Johdanto

Tarkoituksena on tutkia Made in Kalliota verkostona, jonka kautta havainnoin verkostoitumista ja sen merkitystä suunnittelijalle. Made in Kallio toimii myös opinnäytetyöni kuosimalliston toimeksiantajana. Kuosimalliston toivottiin sopivan myymälän sekä Made in Kallion kahvilan tiloihin.

Opinnäytetyöni on siis toiminnallinen opinnäytetyö, jossa hyödynnän sekä suunnittelutyöstä että tutkimusmenetelmistä soveltuvia työvälineitä. Mielenkiintoni aiheeseen nousee omakohtaisesta tiedon tarpeesta. Kuinka minun tulee toimia tuoreena suunnittelijana, jotta saisin omaa näkemystäni sekä töitäni eteenpäin ammatillisessa mielessä. Tästä syystä päätin yhdistää ja tutkia opinnäytetyössäni niitä keskeisiä tekijöitä, joita koen tarvitsevani ammatilliseen menestykseen; verkostoituminen ja ammattitaitoinen suunnittelutyö. Suunnittelutyön kulkua avataan enemmän luvussa 5.

Työni kautta avaan niin käsitettä verkostoitumisesta kuin luovasta yritystoiminnastakin. Omalta osaltani tutkin yritystoimintaa Made in Kalliossa. Yhteistyökumppanini, Made in Kallio on suunnittelijoista ja tuottajista koostuva organisaatio, joka vuokraa työtilaa eri alan toimijoille sekä toimii niin kahvilana kuin myymälänäkin. Koska kyseessä on verkosto, joka koostuu monista toisiinsa vaikuttavista asioista ja tekijöistä pyrin saamaan niistä mahdollisimman kokonaisvaltaisen ja tarkan kuvan. Tavoitteena on osoittaa asioita, joiden koen vahvistavan omaa asemaani suunnittelijana.

Tässä opinnäytetyössä osoitan verkostoyhteisön ja yksilön välisen yhteistyön tarjoamat edut ja sen hyödyllisyyden. Haluan osoittaa kuinka merkittävä rooli verkostoitumisella on aloittelevalla suunnittelijalle ja hänen uralleen. Oma tapaukseni toimii käytännön esimerkkinä verkostoitumisen onnistumisesta ja sen arvaamattomasta luonteesta. Verkostoituminen luovalla toimialalla on alati ajankohtainen aihe ja yhä lisääntyvässä määrin. Haastatteluiden avulla teen havaintoja yrittäjien verkostoitumiskokemuksista ja sen eduista, joita peilaan omiin kokemuksiini. Pyrin myös saamaan tietoa verkostoitumisesta luovalla alalla; kuinka kaikki tapahtuu ja millä tavalla luovan toimialan yrittäminen eroaa perinteisestä yrittämisestä. Haastatteluita on käytetty tutkimuksen pohjana ja ne keskittyvät Made in Kallion perustajiin sekä toimijoihin. Verkostoituminen ilmenee omalta osaltani suunnittelutyön kautta.

2 Tutkimuksen alueet

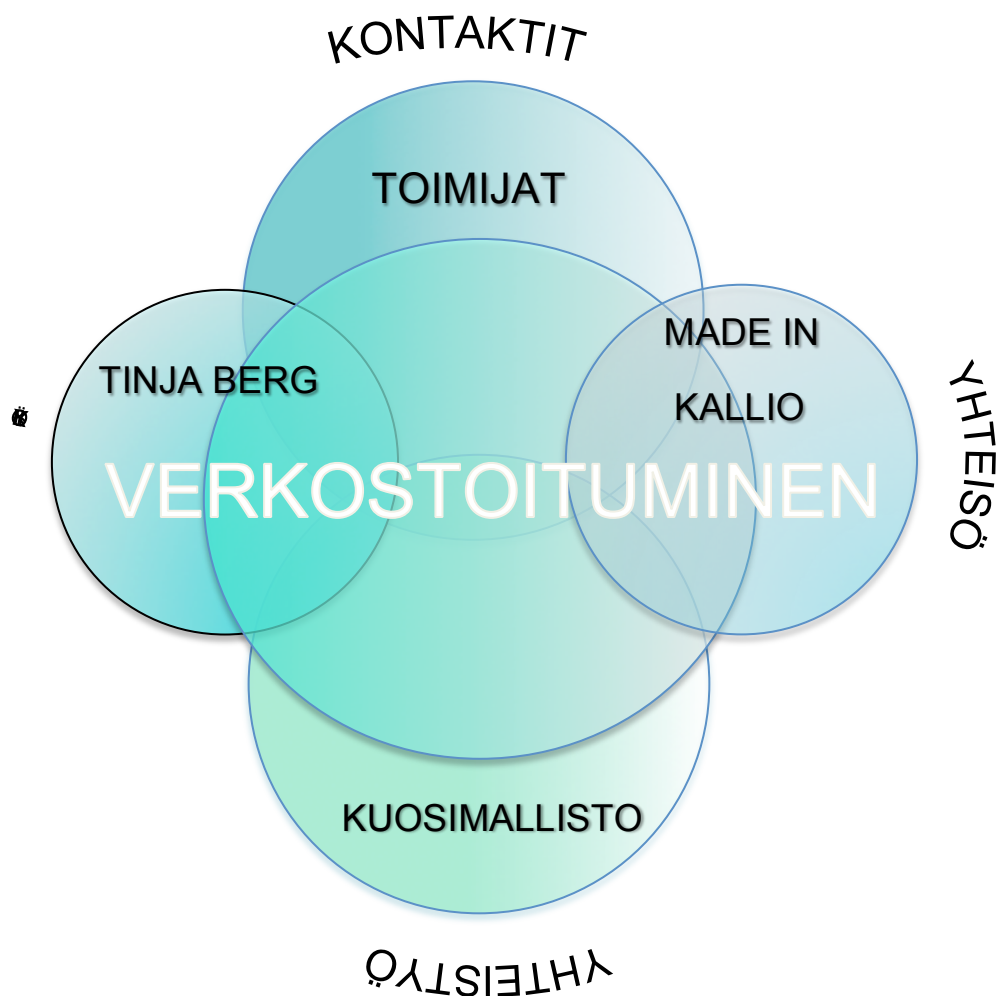
Tässä luvussa selvitetään tutkimuksen taustaa, tavoitteita ja työvälineitä.

2.1 Tutkimuksen taustat ja tavoitteet

Opinnäytetyön tavoitteena on pyrkiä löytämään vastauksia seuraaviin tutkimuskysymyksiin:

1. Mitä verkostoituminen käytännössä tarkoittaa ja kuinka koen sen tapahtuvan Made in Kalliossa?
2. Mitä suunnittelijalta vaaditaan verkostoituessa?

Tutkimuskysymykset muotoutuivat viitekehysten pohjalta.



Kuvio1. Opinnäytetyön viitekehys

Opinnäytetyön tavoitteena on avata termiä verkostoituminen omien kokemusteni sekä asiakkaani Made in Kallion kautta.

2.2 Tutkimuskysymys ja tutkimusmenetelmä

Kysymysten asettelun kautta haluan tarkentaa verkoston ja suunnittelijan välille nousevia keskeisiä asioita. Tutkimusmenetelmän avulla pyrin saamaan vastauksia verkoston merkittävydestä sekä kuvailemaan omakohtaisia kokemuksia. Kysymysten kautta löytyy vastaus myös sille, mitä prosessista opittiin.

Mitä suunnittelijan tulee tietää verkostoitumisesta?

Miten verkostoituminen eteni ja todentui prosessissani?

Miten oma suunnittelijaprosessini eteni?

Mitä opin?

Tutkimukseni kautta haluan osoittaa verkostoitumisen tärkeyden ja sen tarjoamat mahdollisuudet luovan alan yrittäjille. Tutkimusmenetelmäni avulla pyrin hahmottamaan kokonaiskuvaa monisäikeisestä aiheesta; verkostoitumisesta. Suunnittelijan tulisi tietää, kuinka paljon verkostoituminen voi avata uusia mahdollisuuksia ja näin helpottaa uran edistymistä.

Pyrin kuvaamaan mahdollisimman tarkasti asiakkaani, Made in Kallion organisaation toimintaa sekä omaa suunnitteluprosessiani. Päädyin tutkimaan aihetta case-tutkimuksen kautta, joka pohjautuu vahvasti omiin kokemuksiini sekä havaintoihini. Case-tutkimus mahdollistaa organisaation osa-alueiden avaamista. Tutkimus auttoi ymmärtämään verkostoitumista käsitteenä ja näin tuki tutkimuksen kokonaisuutta. Tiedon kerääminen ja työskentelytapani tapahtui kyselyin, tarkkailemalla, osallistumalla sekä analysoimalla.

Opinnäytetyöni aikana onnistuin luomaan uusia kontakteja eri alojen yrittäjiin sekä tutustumaan moniin toimijoihin haastatteluiden sekä kuosimallistoon liittyvien asiakastapaamisteni kautta. Se mahdollisti minun pääsevän osaksi verkosta. Kytkeydyttyäni Made in Kallion verkostoon minulle esiteltiin myös muita mahdollisia suunnittelijan töitä. Koin verkostoitumisen onnistuvan myös käytännön tasolla.

Kuosimalliston suunnitteluprosessi puolestaan osoittautui haastavaksi, mutta sitäkin palkitsevammaksi. Suunnittelijana minun tuli osata rajata tehtävänanto selkeäksi. Haasteena oli suunnitella kuosimallisto, joka on asiakkaan toiveiden mukainen ja kuvastaa Made in Kallion ilmettä sekä säilyttää selkeän, toimivan kokonaisuuden.

Suunnitteluprosessin kautta opin asettamaan itseni mukavuusalueeni ulkopuolelle ja luomaan kontakteja useisiin eri ammattialan tekijöihin. Opin ymmärtämään, kuinka vaativa suunnittelijan työnkuva saattaa todellisuudessa olla ja kuinka tärkeitä kontakteja voi päästä luomaan jo käynnissä olevien projektien kautta. Suunnitteluprosessi opetti minua uskomaan omaan itseeni suunnittelijana sekä tiedostamaan oman taitotasoni.

Aloittava suunnittelija kokee matkansa varrella useita erilaisia haasteita. Verkostoituminen helpottaa asioiden etenemistä ja uuden oppimista. Tämän opinnäytetyön tutkimuksen avulla oli tarkoitus selvittää aloittelevalle suunnittelijalle tyypillisiä haasteita ja etuja, mitä verkostoituminen voi tarjota. Tutkimuksen pohjana toimivat vahvasti omakohtaiset kokemukset, joita peilaan teoriaan. Teorian lähteinä olen käyttänyt mm. viestinnän, markkinoinnin ja tutkimuksellisten teosten internetlähteitä, kirjallisia lähteitä sekä alan tekijöiden haastatteluja.

2.3 Case-tutkimus/ Tapaustutkimus

Tapaustutkimus eli case study on empiirinen tutkimus, jonka avulla voidaan tutkia intensiivisesti tiedossa olevaa sosiaalista kohdetta, esimerkiksi yksilöä, ryhmää, yhteisöä, organisaatiota tai toimintaprosessia jne (Silius K., Tervakari A 2006).

Kohteena voivat olla esimerkiksi taustatekijät, ajankohtainen asema ja tilanne, ympäristötekijät, sisäiset tai ulkoiset vaikuttavat tekijät (www2.amk.fi). Tapaustutkimuksen avulla pyritään ilmiöstä saamaan tietoa mahdollisimman paljon ja laajasti. Monipuolisten tietolähteiden käyttö on melkein pä perusedellytys tapatutkimukselle. (Silius K., Tervakari A 2006.)

Omassa tutkimuksessani perehdyin itse yhteisön; Made in Kallion sekä yksilön; itseni sekä yksittäisten suunnittelijoiden väliseen tilanteeseen. Tapaustutkimus, case study on otollinen, koska sen avulla saa haluttaessa tarpeellista ja tarkkaa taustainformaatiota. Tapaustutkimus auttaa syvällisesti ymmärtämään ja oppimaan tapauksen luonnetta, tyypillisemmin se kuvailee ja tulkitsee tapausta. (Silius K., Tervakari A., 2006.) Määrätietoisena menetelmänä sen avulla saadaan esiin oleellisia tekijöitä ja vuorovaikutussuhteita. Koska kyseessä on usein monista yhdessä vaikuttavista tekijöistä, kuten tässä tapauksessa verkostoitumisesta, pyritään niistä saamaan



mahdollisimman kokonaisvaltainen ja täsmällinen kuvaus. Tutkimustapa auttoi minua selvittämään Made in Kallion toimintaa ja rakennetta. Tutkimuksella ei kuitenkaan pyritä yleistettävyyteen. Case-tutkimukseni painottuikin enemmän tapaukselliseen arviointiin (Beite 2010,3-6). Kirjasin tutkimukseni aikana päätelmiäni ilmiöistä ja kuvailin tapausta tietyistä näkökulmista sekä annoin esimerkkejä yksittäisistä tapahtumista. Tätä lähestymistapaa kutsutaan selittäväksi metodiksi. (Silius K., Tervakari A 2006, 7.)

Made in Kallion tapaus sekä verkostoituminen itsessään ovat tässä case-tutkimuksessa kiinnostavia. Koska minulla tutkijana on merkittävä tehtävä tietojen kokoamisessa, lopussa on selkeästi nähtävissä kädenjälkeni. Hyvä case-tutkija kuitenkin pyrkii tulkitsemaan ja ainoastaan kuvaamaan tarkasti kohdettaan. Omassa työssäni päädyin korostamaan omaa päätelmääni verkostoitumisen merkittävydestä. Case-tutkimuksen varjopuoli onkin tutkijan oma vahva tulkinta kohteesta (Beite 2010,6).

2.4 Haastattelut

Valmistauduin Made in Kallion toimijoiden tapaamisiin laatimalla valmiiksi kysymyksiä verkostoitumiseen liittyen. Kysymykset toimivat enemmänkin rennon keskustelutilaisuuden pohjana ja suuntaa antavina aiheina. Haastattelukysymyksien avulla hain vastauksia siihen, miten toimijat itse ovat kokeneet verkostoitumisen ja kuinka toimija on päätenyt Made in Kallion kaltaiseen verkostoyhteisöön.

Tein omia havaintojani Made in Kallion toiminnasta, mutta halusin myös selvittää, kuinka talon sisällä työskentelevät sen itse kokivat. Pidin myös tärkeänä tietona sitä, mitä toimijat odottavat yhteistyöltä. Tämän kysymyksen myötä ymmärsin, kuinka tärkeäksi itse toimijatkin kokevat yhteisprojektien merkityksen. Kysymysten myötä esiin nousi myös toimijoiden tunne siitä, että verkostoitumisen on koettu helpottavan omaa toimintaa. Halusin ehdottomasti kuulla, kokeeko kukaan talon toimijoista verkostoyhteistyön olleen/olevan riskialtista. Valtaosa haastateltavistani kuitenkin koki, ettei riskejä oikeastaan koettu olevan. Verkostoitumisen koettiin enemmänkin tarjoavan uusia mahdollisuuksia ja helpottavan omaa työskentelyä. Kaiken kaikkiaan haastattelemani toimijat kokivat Made in Kallion verkoston toimivan heidän edukseen.

3 VERKOSTOITUMINEN LUOVALLA TOIMIALALLA

Tässä luvussa avaan luovan toimialan ja verkostoitumisen käsitettä. Sen avulla kuvataan kuinka verkostoituminen toimii suunnittelijan näkökulmasta.

3.1 Yleistä

Termi Creative Industry; suomeksi: luova teollisuus tai luova toimiala on lähtöisin Australiasta 1990-luvulta ja on siitä asti ollut suuressa kasvussa kansainvälisesti. Luovan alan yritystoiminnaksi lasketaan ne toimialat, joilla on selkeästi yritystoimintaa. Näihin luetaan muun muassa arkkitehtipalvelut, graafisen alan toiminta, muotoilu, elokuva- ja tv-tuotanto, mainonta, musiikin ja äänitteiden tuotanto, kirjojen tuotanto ja jakelu sekä digitaalinen sisältötuotanto. (Opetusministeriö 2006,9 – 10.) Made in Kalliossa toimivat edellä mainittujen lisäksi mm. niin viestinnän ammattilaiset, graafinen suunnittelija, muotoilijat ja tv-tuotanto, joiden töitä syntyy myös taiteellisen idean pohjalta ilman asiakkaan tarpeita. Luova toimiala eroaa muista toimialoista sillä etteisen lähtökohtana sisällöntuotannolle välttämättä ole asiakaslähtöisyys vaan tuote saattaa olla taiteellinen näkemys ja halu ilmaista omaa visiotaan. (Opetusministeriö 2006,17.)

Verkottumisen ja verkostoitumisen termit sekoittuvat helposti keskenään. Tässä työssäni puhun verkostoitumisesta. Verkottuminen kallistuu enemmän ulkoistamisen puolelle. Se tarkoittaa, että tehtävä, joka ennen on suoritettu itse, annetaan toisten tehtäväksi maksua vastaan. (Seppänen 2004.) Koen Made in Kallion yrittäjien yhteistyöprojektit enemmänkin projektiluonteisena yhteistyönä kuin ulkoistettuina työtarjouksina.

Verkostoituminen on yrittäjien välistä yhteistyötä, joka mahdollistaa yrittäjien keskittymisen ydinosansaansa. Verkostoituminen voidaan määritellä prosessina, jossa arvot ja osaaminen yhdistetään tuottavaksi toiminnaksi yhteistyöorganisaatioiden kesken. (Verkostokonsultit 2007,1.) Se voidaan jakaa viralliseen ja epäviralliseen verkostoitumiseen. Luovan toimialan sisällä tapahtuu mielestäni huomattavasti enemmän epävirallista verkostoitumista kuin muilla toimialoilla. Silvennoinen kuvaileekin epävirallisten verkostojen olevan vapaita tiukoista organisatorisista rajoista (Silvennoinen 2008, 34). Koen tämän olevankin selkeästi esillä Made in Kalliossa, jossa samankaltaiset ihmiset samanlaisine mielenkiintoineen luontevasti verkostoituvat keskenään. Siellä kaikki ovat sitoutuneet yhteistoimintaan oman toimintansa ohella.



Brändiasiantuntija ja yrittäjä Lisa Sounio toteaa teoksessaan; Brändikäs, kuinka tulevaisuudessa eri ammattikuntien ja alojen rajat murtuvat yhä vauhdikkaammin (Sounio 2010, 180). Rajojen murtuminen vaatii vastavuoroisuutta sekä luottamusta yhteistyökumppaneilta. Silvennoinen luettelee juuri nämä tekijät tärkeiksi kivijaloiksi verkostoitumiselle. (Silvennoinen 2008, 36-40.) Vastavuoroisuutta voi nähdä Made in Kallion sisäisessä toiminnassakin. Suunnittelijoiden haastatteluiden kautta sai vahvan käsityksen siitä, kuinka he arvostavat juuri tätä kyseistä verkostoitumisen pilaria. He kokevat suureksi edukseen sen, että talon sisällä voi aina saada neuvoja ja apua. Avun saanti sellaisissa tietotaidoissa, joita heillä itsellään ei ole tai mahdollisuus lainata työkaluja, joita itse ei omista, kuvastavat sitä vastavuoroisuutta, jota Made in Kalliossa tapahtuu. Luottamus puolestaan vaatii sitoutumista. Kun suunnittelijat osoittavat toisilleen sitoutuvansa yhteiseen toimintaan, kaikki haluavat olla luottamuksen arvoisia, sillä vastuu kuin riskitkin jaetaan. Vastuuntunnon kautta synnytetään luottamusta sekä toisten kunnioitusta.

Vaikuttavat tekijät luovalle toimialalle ovat ihmisten arvojen ja elämäntapojen muutokset, joiden tasalla suunnittelijoiden tulee jatkuvasti olla. Tästä syystä koenkin, että talon suunnittelijoiden ja käsityöläisten on tärkeää yrittäjinä jakaa myös kestävät ja pehmeät arvot.

3.2 Verkosto ja suunnittelija

Suunnittelijoiden tulisi käyttää huomattavasti enemmän aikaa epäviralliseen verkostoitumiseen sekä avoimen mielen ylläpitoon. Ammatillinen maine herättää luottamusta ja kiinnostusta. (Silvennoinen 2008, 66.) Mielestäni suomalaisten on vaikea tutustua uusiin ihmisiin ja luoda uusia kontakteja. Jopa Sounio mainitsee suomalaisten olevan vaikeasti lähestyttäviä ja arkoja sekä ahdistuvan tutustumisyryksistä (Sounio 2010, 183). Toisaalta omien havaintojeni mukaan toimijat Made in Kalliossa ovat olleet avoimia ja omanneet vastaanottavaisen asenteen, joka mahdollistaa helpommin epävirallisen kommunikoinnin. Made in Kallio onkin toimiva verkosto, jonka olemassaololle on vaadittu toimijoiden avointa mieltä ja yhteistyöhalukkuutta.

Vaikka small talk tuntuukin meistä suomalaisista typerältä, uskon sen antamiin mahdollisuuksiin. Kukaan ei edistä mitään keskusteluissa tai muissakaan tilanteissa tuppisuuna. Ketään ihmisiä ei kannata väheksyä tietolähteinä. Päivittäin tapaamamme ihmiset voivat olla tärkeitäkin kontakteja tulevaisuudessamme. (Silvennoinen 2008, 49.) Suomalaisten tulisi kasvattaa itsetuntoaan ja uskoa enemmän itseensä. Oma usko itseensä ja varmuus tekemiseen huokuu myös ulkopuolelle. Itsetunnollamme on tärkeä merkitys luodessamme verkostoja. (Markku Silvennoinen 2006,70).



Luova ala on täynnä keksintöjä ja uusia ideoita. Olen havainnut suunnittelijoiden varovan usein puhumasta toisilleen, jotta heidän ideoitaan ei varastettaisi. Mielestäni ideoiden jakaminen tulisi kokea hyvänä asiana. Tuntemani australialainen suunnittelija, Daniel Giffin totesi kerran, että jos oma menestys on yhdestä ideasta tai suunnittelutyöstä kiinni, ei se loppujen lopuksi kantaisikaan kovin pitkälle. Suunnittelijat kopioivat jatkuvasti ideoita toisiltaan tiedostaen tai tiedostamattaan. Tästä johtuen koenkin avoimen, rehellisen yhteistyön olevan kaikille edullisempi ja rikkaampi työtapa. Suunnittelijat voivat ruokkia toisiaan ideoillaan ja näin jopa mahdollisesti synnyttää jotain aivan uutta. Tämän toteuttaminen kuitenkin vaatii avointa mieltä ja vahvaa itsetuntoa kaikilta osallistujilta. Meidän tulisi kiinnittää enemmän huomiota yhteistyöhön kannustamiseen. Tätä kautta suunnittelijat havahtuisivat sen tarjoamista mahdollisuuksista ja näin lisätäisiin yrittäjien tietoisuutta ammattikentästä ja sen toimijoista. (Salmi 2010, 51.)

3.3 Verkostoitumisen merkitys suunnittelijalle

Markku Silvennoisen mukaan verkostoituminen on tänä päivänä entistäkin tärkeämpi taito työelämässä. Hän puhuu uusien suhteiden luomisesta; verkostoituminen auttaa aina uutta verkostoa kasvamaan. Jo olemassa olevan verkoston kautta pääsee tapaamaan uusia tuttavuuksia, joiden kautta saatamme saada kutsuja uusiin tilaisuuksiin tai jopa mahdollisia työtarjouksia. (Silvennoinen 2006, 66.) Sain useita eri projektiehdotuksia asiakkaani kautta uusiin suunnittelutöihin ja koin verkostoitumisen konkreettisesti onnistuneen omalla kohdallani. Uskon, että oma asenteeni oli vaikuttava tekijä lopputulokseen. Aloitteellisuus ja yhteistyötaidot nousivat tärkeiksi osaamistekijöiksi, jopa Silvennoisen mielestä. Silvennoisen mukaan ihmiset erikoistuvat yhä erikoistuneempiin tehtäviin, jonka kautta suunnittelijat tarvitsevat monia tietotaitoja ja apua ympäriltään. (Silvennoinen 2006, 5.) Tämä johtaa minut päätelmään, että verkostoituminen on tärkeää, ellei jopa välttämätöntä. Opintojeni alussa seurattessani tuttujien suunnittelija-ystävieni itsevarmaa otetta ammatillisessa toiminnassaan mietin, kuinka itse voisin saavuttaa tilan, jossa rohkeasti tarjoaisin ja esittäisin töitani ulkopuolisille. Itsevarmuudella, mutta kaikkein eniten uskolla omaan tekemiseen on kaikkein suurin voima suunnittelijaksi kehittymiselle. Nyt näen, kuinka kaikki alalla luomani kontaktit työharjoitteluiden, näyttelyiden yms. kautta ovat kultaakin arvokkaampia. Vaikka ei kokisikaan itseään vielä valmiiksi suunnittelijaksi, se ei estä luomasta pohjaa tulevalle verkostolle. Työskentelevänä suunnittelijana voi aina palata luomiinsa kontakteihin, se tekee asiat sujuvammiksi ja luo myös ammatillista uskottavuutta.

Made in Kallion perustajat uskovat vahvasti verkoston voimaan ja sen merkittävään ja yhä lisääntyvään rooliin ulkopuolisessa taloudessakin. Kun talous ei toimi tai yksilön omat avut eivät riitä, näen verkostoitumisen järkevänä ratkaisuna ongelmiin. Made in Kalliossa uskotaankin verkostoitumisella olevan suuri merkitys tulevaisuudessa. (Lehti 2013.)

Epävakaas ja pätkätyöt ovat luoville aloille tyypillisiä, ihmisten on pakko työllistää ja myydä itseään moniosaajana. Todellisuudessa ihmiset ovat usein perehtyneet yhden osa-alueen osaamiseen. Koen tämän ns. pakollisen moniosaamisen heikentävän työn laatua sekä kuluttavan suunnittelijan aikaa, jonka hän voisi käyttää oman erityisen ammattitaidon kehittämiseen. Sen vuoksi Made in Kalliokin on perustettu; pienyrittäjien tukemiselle. Ammattitaidot ja osaamisaluiden jako on erittäin kannattavaa. Yrittäjän ei ole välttämättä kannattavaa hoitaa omaa markkinointia itse, vaan se voidaan ulkoistaa, niin kuin Made in Kallionkin perustajat ovat tehneet monien osa-alueiden suhteen. (Lehti 2013.)

3.4 Edut ja riskit

Liiketoiminta ja markkinointiosaaminen on koettu heikoksi luovalla toimialalla (Opetusministeriö 2006,19). Olen seurannut sivusta usean suunnittelija ja taiteilija ystäväni luovaa työskentelyä sekä teoreettista osaamista vaativaa työskentelyä. Omien havaintojeni kautta luovien ihmisten on toisinaan vaikea keskittyä luovan työn ulkopuolelle. Made in Kallion perustajan mielestä ei välttämättä ole kannattavaa hoitaa kaikkea itse. Ulkoistaminen koetaan hyödylliseksi. Toisaalta Sounion mielestä suunnittelijan tulisi osata hallita kaikki vastualueet, joita suunnittelijan työ pitää sisällään. (Sounio 2010, 180.) Johtopäätöksenä voisi sanoa, että verkostoituminen on tähän ratkaisu, sillä työnjako jakautuu osaajien kesken, näin yksilöt voisivat keskittyä omaan erikoisosaamiseensa ja kaikki osa-alueet tulisi hoidettua ammattimaisesti. Verkosto jopa toimii pienemmillä investoinneilla. (Sundell 2013.)

Luova alan kasvu on nopeaa ja siihen liittyvät korkeat riskit. Kasvuun vaikuttaa mm. palvelutuotannon ja kansainvälisen kaupan kasvu. Haastateltavani kyseenalaistikin käsityöläisyyden kannattavuutta Suomessa korkeiden hintojen vuoksi. Mikä ihmisryhmä on valmis panostamaan laatuun ja maksamaan enemmän? Riittääkö sen luoma kysyntä? Made in Kalliossa yrittäjät luottavat kuluttajien uskovan oikeisiin arvoihin. Yrittäjät olettavat kuluttajien haluavan laatua ja olevan valmiita investoimaan siihen.



Made in Kallion yrittäjien riskit ovat samanlaiset kuin muidenkin yksityisyrittäjien, toisaalta vain huomattavasti pienemmät sillä niin yrittämisen edut kuin riskitkin jaetaan. (Lehti 2013.) Koska yhteisössä toimitaan monien ihmisten kesken tulee myös henkilökemioiden toimia. Verkostoitumisen maailmassa koen tämän pahimmillaan olevan yksi suurista riskitekijöistä ja parhaimmillaan sen suurista eduista. Luovien alojen yrittäjät muodostavat yleensä hyvin pieniä kokonaisuuksia, kuten Made in Kallio. (Lehti 2013.) Pienyrittäjien määrä on kuitenkin suuri, joka vaikuttaa yritysten kasvuhaluuteen. Kun yritys on pieni sen kasvu koetaan riskiksi. (Opetusministeriö 2006,19.) Tämä ei kuitenkaan toteudu Made in Kalliossa sillä luotto verkoston voimaan ja sen etuihin on suurempi. Haastattelun kautta ilmeni että Made in Kallion toimija koki riskiksi talon sisäisen hierarkiajaon muuttumisen. Esimerkkinä haastateltavani ilmaisi huolensa siitä, että ei niin kaupalliset tekijät saattavat jäädä sivuun ja joutua väistämään taloudellisen kasvun alta. Yksi haastateltavista kokeekin, että jokainen asia talossa voidaan lukea riskiksi tai mahdollisuudeksi.

Eduiksi yrittäjät mainitsivat yhteismielin tilojen ja työkalujen jakamisen, joka mahdollistaa mm. kustannusten pienenemisen, ajan säästön, yhteistyön, kontaktien ylläpidon sekä yhteisöllisyyden. Omien havaintojeni mukaan juuri tietotaidon jakaminen säästää huomattavasti suunnittelijoiden aikaa. Luovuus myös ruokkii itseään. Kun samanhenkiset ihmiset toimivat yksilöinä, mutta silti yhteisössä, voidaan synnyttää uusia ideoita ja näkökulmia. (Sounio 2010, 181.) Etuihin siis lukeutuu mm. yhteisöllisyyden tunne, kustannusten jakaminen sekä huomattava ajan säästö. Yrittäjälle aika on tunnetusti kallisarvoista. Se tulee osata jakaa monien osa-alueiden kesken. Mitä enemmän osa-alueita suunnittelijalla on hoidettavana, sitä vähemmän tekijä voi keskittyä olennaiseen, suunnittelutyöhönsä. Mielestäni jo tämän perustelun kautta verkostoitumisen edut voittavat sen riskitekijät. Verkostossa toimivat yrittäjät voivat myös työllistää toisiaan saamiensa töiden kautta. Esimerkiksi valokuvaaja voi mainita kuvattavan tilan tarvitsevan taidetta ja näin työllistää talosta myös taiteilijan. Jos pohdin ja vertailen riskitekijöitä verkostoitumisen etuihin päädyn vahvasti verkostoitumisen kannattamisen puolelle.





Kuva 1: Näkymä Made in Kalliossa 2012

3 MADE IN KALLIO

Made in Kallion on tuore yrittäjien ja tuottajien verkosto, jossa tällä hetkellä valmistetaan mm. kenkiä, taidetta, koruja ja valokuvausta. Designmyymälässä on myynnissä alueen suunnittelijoiden, tuottajien ja keksijöiden tuotteita sekä kulloinkin ajankohtaista Made in Kallion omaa, yhteistä tuotantoa. (Made in Kallio 2012.) Mukana on tällä hetkellä 18 eri luovien alojen yrittäjää. Samassa tilassa toimii design kahvila, jonne kaikki ovat tervetulleita. Made in Kallio ylläpitää helposti lähestyttävää imagoa, joka toivottaa tervetulleiksi niin uudet suunnittelijat kuin ihmiset kaduiltakin. Toiminta perustuu ”yhdessä tehdään”-mentaliteettiin ja se näkyykin kaikin puolin Made in Kallion tekemisessä. Yhteistyöprojekteja toteutetaan jatkuvasti ja toimintaa edistetään eteenpäin, jotta tekijät pääsisivät toteuttamaan itseään mahdollisimman paljon. Tavoitteena on muuttaa suurempiin tehdastiloihin kahden vuoden kuluessa. Made in Kallion toimitilojen ovet avautuivat vasta puoli vuotta sitten. Alkupuolen suunnittelutyön tuloksena aletaan jo näkemään tuloksia. Tuottajat ja suunnittelijat ovat aktiivisia ja mukana jo monissa projekteissa. Kehitystä tapahtuu jatkuvasti sekä jatkuvaa muutosta ja uuden oppimista. Made in Kallio toivoo levittävänsä ihmisille hyvää energiaa. (Sundell 2013.)

Jon Sundell ja Mia Lehti ovat yhdessä Made in Kallion perustajia. Heidän mukaansa organisaatio on perustettu juuri pienyrittäjiä varten (Lehti 2013). Talon sisällä oleva into ja intohimo tekemiseen tarttuu ja ajaakin kaikkia eteenpäin. Tunnelma on rento, mutta tehokas. Luovan toimijan unelma.

Made in Kallion perustajat Jon Sundell ja Mia Luoma halusivat luoda paikan, jossa tuetaan pienyrittäjiä ja sitä kautta yhdistetään ja tuetaan kaikkien osaamista. Kummatkin keskittyvät vahvuusalueisiinsa. Jon kuvailee itse toimivansa ideoijana ja projektien ja yhteistyökumppaneiden ylläpitäjänä. Hän myös edistää ja synnyttää jatkuvasti seuraavia, uusia projekteja. Mia Lehdellä on taloudellinen vastuu. Hän vastaa myös tällä hetkellä julkisen tilan operoinnista sekä kahvilan ja myytyjen tuotteiden organisoinnista. (Sundell 2013.) Mia Lehti uskoo verkoston työjaon edistävän suunnittelijoiden tuotantoa sekä hyvinvointia (Lehti 2013).



Kuva 2: Made in Kallion perustajat Mia Lehti ja Jon Sundell

4.1 Made in Kallio ja sen toiminta

Made in Kallio pyrkii tukemaan suunnittelijoita yhteisillä projekteilla ja toivoo, että tätä kautta suunnittelijat saisivat näkyvyyttä laajemminkin. Verkoston toiminta koostuu suunnittelijoiden ja tuottajien yhteistyöstä. Made in Kallion tilat rakentuvat pääsääntöisesti kolmesta osasta; julkinen puoli, johon kuuluu kahvila sekä designmyymälä. Toinen osa koostuu työtiloista, joita eri ammattikuntien tekijät vuokraavat. Talossa työskentelee graafinen suunnittelija, kenkäsuunnittelija, korusuunnittelija, puuseppä, taiteilija sekä monia muita tekijöitä. Kolmas osa toimii stadi tv:n tilana suorille lähetyksille. Kaikilla näillä kolmella osalla on omat funktionsa ja omat tekijänsä. (Sundell 2013.) Made in Kallion toiminta kehittyy kokoajan näkyvämpään suuntaan. Näkyvyyttä tullaan saamaan lisääntyvässä määrin median kautta. Made in Kallio haluaa siis päästä mahdollisimman lähelle ihmisiä ja kuluttajia. Kuluttajille halutaan tarjota vaihtoehtoisesti korkeatasoista suomalaista käsityötä ja taitoa.

Made in Kalliossa opitaan tekemisen kautta. Tällaiselle luovalle toiminnalle ei ole luotu valmiita toimintaohjeita vaan toiminta perustuu kokeilemiseen. Haastateltava kutsuukin Made in Kallion toimintaa verkostotalouden kokeilukulttuuriksi. Made in Kalliossa siis uskalletaan ottaa riskejä. Riskien oton kautta opitaan ja kehitytään. Made in Kalliossa kokeillaan rohkeasti, mutta pienillä sijoituksilla. Jos pieni projekti kaatuu ei monen tuhannen euron suunnitelma kaadu ensimmäisenä. (Lehti 2013.) Verkoston johtajan persoona on merkittävä hyvän työilmapiirin luomiselle. Johdon täytyy hallita kokonaiskuva, jotta muut tekijät voivat keskittyä erikoisosaamiseensa. (Wallin 2009, 21.) Tämä näkyy selkeänä etuna Made in Kalliossa, jossa perustajat hallitsevat suuren kokonaisuuden ja antavat talon toimijoille vapaat puitteet käyttöönsä sekä tilaa kehittyä.

4.2 Haastateltavat ja Made in Kallio

Haastattelin muutamia suunnittelijoita talossa samoja kysymyksiä pohjana käyttäen. Suunnittelijoiden haastatteluista kävi ilmi, että päätyminen Made in Kallioon kävi kaikkien tekijöiden osalta jo valmiiksi tuttuun kontaktien kautta. Sopivia tiedon lähteitä saattavatkin olla päivittäin tapamme ihmiset, ketään ei kannata väheksyä siinä mielessä (Silvennoinen 2008, 49). Kohtaan usein tilanteita, joissa päivitellään mahdollisuuksien menevän ohitse, sillä työpaikat kiertävät aina tuttuun ja suvun sisäpiirissä. Ratkaisu tähän löytyy luomalla kontakteja, olemalla aktiivinen ja sosiaalinen. Mielenkiinto tutustua muihin ihmisiin ja sosiaalisuus ylipäättään ovat vahvuuksia



ja helpottavat toimintaa tällaisessa organisaatiossa kuin Made in Kallio. Avoin mieli on tärkeä ominaisuus.

Yleisesti suunnittelijat kokivat Made in Kallion tarjoavan toimivat ja edulliset työtilat. He myös kokivat positiivisesti mahdollisuuden päästä tekemään mahdollisia yhteisiä projekteja oman työnsä ohella. Esimerkkinä Habitare 2012, Trash Design-osaston hotellihuoneen valmistus, jossa monet talon tekijät yhdistivät tietotaitonsa ja suunnittelivat romusta tyylikkään hotellihuoneen.



Kuva 3: Made in Kallion osasto Habitare 2012- messuilta, Trash Design- osastolta

Made in Kallion tekijöillä on vahva arvostus toisiaan kohtaan. Oppiminen ja jakaminen keskenään koetaan suureksi etuoikeudeksi.

Talossa työskentelevä haastattelemani taiteilija kertoo Made in Kallion olevan oiva väylä ja pehmeä lasku juuri valmistuneelle suunnittelijalle. Hän kokee Made in Kallion turvalliseksi työympäristöksi juuri sen yhteisöllisyytensä ansiosta. Haastattelussa hän kuvailee kuinka tärkeää yhteistyö ja voimien yhdistämisen oikeastaan on. Yhdistämällä kaikkien eri ammattikuntien osaamista, helpotetaan jokaisen työpanosta. Auttamalla toisiaan he mahdollistavat hyviä projekteja aluilleen. Se, että organisaatiossa voidaan kokeilla ja oppia keskenään koetaan ylellisyydeksi.

Made in Kallio on perustettu juuri niille pienyrittäjille, joiden omat resurssit eivät riitä, mutta yhdessä tekijät täydentävät toinen toistensa taitoja ja jakavat kustannukset. Vaikka taidekäsiyö on poikkeuksetta kalliimpaa kuin teollinen sarjatuotanto, koen henkilökohtaisesti sille olevan aina kysyntää (Yuri 2012). Talon tekijät omaavat pehmeät arvot ja he haluavat tarjota vaihtoehtoista laadukasta tuotantoa. Työssä viihtyminen, joustava rento ilmapiiri parantaa hyvää oloa ja sitä kautta vaikuttaa myös tuotteisiin ja tarjontaan.

4.3 Verkosto ja verkostoyhteistyö

Verkostot mahdollistavat yhteistyön muiden toimielimien kesken. Jotta verkostoja olisi helpompi ymmärtää ne voidaan jakaa virallisiin ja epävirallisiin verkostoihin. (Silvennoinen 2006, 10.) Lopputyöni yhteistyöyrittäjä, Made in Kallio kuuluu epävirallisiin verkostoihin, vaikkakin Silvennoinen kuvailee viralliselle verkostolle ominaiseksi sen toiminnan säännönmukaisuuden ja pysyvyyden. Pysyvyyttä sekä säännönmukaisuutta on kyllä selkeästi Made in Kallionkin toiminnassa. Epäviralliset verkostot kuitenkin tarjoavat monia etuja virallisiin verkostoihin nähden. Parhaimmillaan niiden toiminta tukee monipuolisesti virallisen organisaation toimintaa ja helpottaa asioiden hoitoa varsinkin nopean tiedonvälityksen avulla. (Silvennoinen 2006, 34.) Virallinen verkosto karsii itselleen epäedullista tietoa ja välittää eteenpäin vain sille suotuisaa tietoa (Silvennoinen 2006, 10). Made in Kalliossa ajatellaan aina yrittäjän parasta yhteistä etua väheksymättä. Isoissa organisaatioissa puolestaan työntekijätason välillä voi olla suuriakin hierarkiaeroja. Epävirallinen verkosto on hierarkiajaloiltaan tasavertainen. Tämä näkyykin selvästi Made in Kalliossa, jossa työnjaot ovat selkeät, mutta silti häilyvät. Kaikilla on sanavalta ja mahdollisuus vaikuttaa jopa johdon toimintaan. (Silvennoinen 2006, 11.) Erilaisten ammattikuntien asiantuntijoiden muodostaman yhteisön tekijät voivat vapaasti jakaa keskenään ideoitaan ja saada toisiltaan erilaisia virikkeitä ajattelulle. Silvennoinen kutsuukin tätä asiantuntijaverkostoksi. (Silvennoinen 2006, 22.) Verkostoituneet yritykset ja yrittäjät hyödyntävät muiden vahvuuksia käyttämällä osaamista ja voimavaroja muilta yrityksiltä (Leppämäki 2012).

Luova toimiala on rikas innovaation kehto, johon on vaikea päästä sisälle jos yhteyksiä ei ole jo valmiina. Vaikka olenkin jo opintojeni alussa kuullut oman aktiivisuuden olevan valttikortteja muotoilijoille, olen vasta nyt itse kokenut todella kuinka tärkeää on mennä, tarjota, ehdottaa ja yrittää itsenäisesti. Vaikka alku tuntuukin kankealta, loppujen lopuksi sen huomaa olevan helpompaa kuin, miltä se aluksi tuntuukaan. Koen oman aktiivisuuden erittäin tärkeäksi ja verkostoitumisen pelkäksi hyödyksi suunnittelijalle. Verkostoitumisen olen jopa kokenut helpottavan



asioita. Yhteistyö Made in Kallion kaltaisen organisaation kanssa vahvisti käsitystäni verkostoitumisen merkityksestä. Tämä yhteistyö tarjoaa monipuolisia tuttavuuksia ja sitä kautta uusia mahdollisuuksia.

4.4 Made in Kallio ja tulevaisuus



Kuva 4: Made in Kallion myyntitiski

Made in Kallion tulevaisuuteen kuuluu visio suurempien tehdastilojen vuokraamisesta. Toimintaa on tarkoitus laajentaa suuremmaksi. Made in Kallio toimii harjoitusorganisaationa suuremmalle suunnitellulle taideteolliselle kulttuuripajalle, jonka tiloissa tullaan valmistamaan mm. keramiikkaa, metallitöitä, vaatteita, ja asusteita. Tilassa tulee toimimaan myös eri alueen mediat sekä ravintola. Tällä pyritään tuomaan käsitöiden harjoittajat lähemmäs kuluttajia. Kulttuuripaja tulee toimimaan kohtaamispaikkana ihmisille.

Lähitulevaisuudessa tarkoituksena on kehittää osuuskunnan toimintaa ja sitä miten se pystyisi paremmin tukemaan talossa työskenteleviä. Made in Kallio panostaa nyt myös nettikaupan rakentamiseen ja myymälän ylläpitoon ja näin ylläpitää verkoston tarjoamaa yhteistyötä. Lähitulevaisuudessa on nähtävissä suurempia yhteisprojekteja, jotka tulevat työllistämään talon väkeä ja edistämään yhteistyötä. (Lehti 2013.)



5 HENKILÖKOHTAISEN SUUNNITTELUTYÖN KUVAUS

Asiakas toivoi kuosimallistoa, joka soveltuu Made in Kallion tehtaanmyymälän ja kahvilan tiloihin sekä myyntiin tehtaanmyymälään.

5.1 Toimeksianto

Tässä kappaleessa käsittelen kuosimalliston suunnitteluprosessin etenemistä sekä sitä, kuinka lopulliseen kuosimallistoon päädyttiin.

Asiakas toivoi kuosimallistoa, joka soveltuu Made in Kallion myymälän ja kahvilan tiloihin sekä myyntiin myymälään. Tehtävänantoa ei ole rajattu vaan toiveissa on ollut niin yksittäisiä printtejä kuin kuosejakin. Kuosimallistosta on tarkoitus tuottaa jälkikäteen tuoteperhe. Toiveena on saada kuosimallistosta yleiskuosi, jota voidaan käyttää tai myydä myös metritavarana. Tehtävän toteutustapaa ei ole rajattu mihinkään tiettyyn valmistustapaan tai käyttötarkoitukseen vaan sen toteutustapa on täysin vapaa.

5.2 Suunnitteluprosessi

Aloitin projektin perehtymällä Tuuli Mattelmäen Muotoiluluotaimet-teokseen, jonka pohjalta valmistauduin ensimmäiseen asiakastapaamiseen. Valmistin kolme moodboardia ensimmäisen puhelinkeskustelun perusteella, jossa Mia Lehden ilmaan heitetyt sanat "street wise, tatuoinnit ja rouhea" opastivat suunnitteluni aluille. Näistä sanoista syntyi kaksi ensimmäistä moodboardia: *Moodboard1 ja Moodboard2* (LIITE 2). Kolmannen moodboardin; "Made in Kallio" (LIITE1) loin itse aistimastani tunnelmasta Made in Kalliossa ja sen yleisilmeestä myymälässä ja kahvilassa.





Kuva 5 : Inspiraatio kuva kuosimallistolle

Seuraavassa tapaamisessamme esittelin asiakkaille boardit, joista toimeksiantaja mieltyi itse heti "Made in Kallio"-boardiin. Näiden pohjalta sain jo ensimmäisessä asiakastapaamisessa johdatusta ja selkeämmän suunnan suunnittelutyölleni. Asiakas piti erityisesti yhdestä moodboardin osa-alueesta, joka toimikin lopulta suunnitteluprosessini inspiraatiokuvana koko suunnitteluprojektille.

Suunnittelutyö eteni itsenäisesti seuraaviin kuosisuunnitelmiin (LIITE 3-9), joita esitin asiakkaalleni. Kirjasin mielipiteitä ylös jokaiselta tapaamiselta ja muutin kuosisuunnitelmia aina niiden pohjalta. Asiakkaani kertoivat tapaamisten aikana, mitä kuoseja tulisi jatkokehittää ja mitä jättää sivummalle. Projektin edetessä huomasin asiakkaalla olevan ongelmia raportin koon hahmot-

tamisessa, joten päädyin muokkaamaan kuvan tilasta, johon istutin kuosit todellisiin esineisiin, jotta asiakkaan olisi helpompi hahmottaa lopullisen kuosin koko ja olemus.

Suunnitteluprosessin aikana huomasin, kuinka tärkeää on luottaa omaan näkemykseensä. Asiakkaalle ei kannata antaa loputtomasti vaihtoehtoja, sillä prosessi on silloin loputon. Suunnittelijana minun tulee tietää, milloin on aika rajata vaihtoehdot ja tehdä lopulliset valinnat.

5.3 Asiakaslähtöinen suunnittelu ja Ideointivaihe

Suunnitteluprosessin suuressa osassa ovat olleet asiakastapaamiset ja itsenäinen kuosisuunnittelu. Koska asiakkaallani Made in Kalliolla ei varsinaisesti ole ollut rajaavia toiveita kuosimallistolle, päätin suunnitella kuoseja, jotka olisivat tuotannollisesti helppo valmistaa. Suunnittelutyössäni pyrin pitämään värimäärät pieninä ja raporttien koot suurina. Kuvion saamiseksi kankaalle on olemassa monia eri menetelmiä, jotka vaativat erilaisia ominaisuuksia suunnitellun raportin koolta ja väreiltä. Halusin kuitenkin säilyttää asiakkaan vapauden ja mahdollisuuden valmistuttaa kuosimalliston niin kuin he sen parhaaksi kokevat. Suunnittelemani kuoseja on tällä tavalla jatkossa helpompi pienentää tai suurentaa ilman, että sen kuvalaatu heikkenee tai sen käyttömahdollisuudet rajoittuisivat.

Asiakastapaamiset osoittautuivat erittäin tärkeiksi. Fyysiset kuin sanomattomatkin viestit antoivat suunnittelutyölleni juuri sen, mitä asiakaslähtöisessä suunnittelussa haetaan; asiakkaan sisäisiä ja joskus jopa tiedostamattomiakin toiveita.

Ideointivaihe toteutui yhdessä asiakkaan kanssa. Ensimmäisen tapaamisen jälkeen sain alustavan käsityksen asiakkaani tyylistä ja toiveista. Ymmärrettyäni asiakkaan toivomaa muotomaailmaa pääsin aloittamaan suunnittelutyöni.

Suunnittelin suoraan erilaisia kuosimahdollisuuksia inspiraatio-kuvaa tukena käyttäen. Asiakas antoi tapaamisten aikana palautetta ja kertoi, mitä halusi jatkokehittävän. Toisen tapaamisen jälkeen ymmärsin asiakkaani haluavan jotain aivan toisenlaista maailmaa kuin ensimmäisen tapaamisen pohjalta olin ymmärtänyt. Kokeilin uusia tyynejä suunnittelussani ja päätin tunnustella asiakkaani mielipidettä täysin toisenlaisista tyyli-suunnista. Suunnitteluprosessin ideointivaihe toteutui siis asiakkaan mielipiteitä kuunnellen. Lopullinen kuosimallisto on muokkautumassa ja yhteistyö kuosimalliston parissa jatkuu Made in Kallion kanssa.



Halu säilyttää luottamus tärkeäksi kokemani kontaktin, Made in Kallion kanssa toimi suurena motivaation voimana suunnitteluprosessin edetessä. Suunnitteilla oleva kuosimallisto pyrkii ilmentämään asiakkaani maailmaa sekä toimimaan hyvin myymälässä ja kahvilatilassa. Suunnitteluprosessin kautta opin ja koin saavani arvokkaita kokemuksia asiakastapaamisten kautta ja ylipäänsä suunnittelijan työstä ja sitä kautta verkostoitumisesta.



6 SUUNNITTELUTYÖN POHDINTA

Asiakkaanani toimivat Made in Kallion perustajat Mia Lehti ja Jon Sundell. Asiakkaina Jon ja Mia jakoivat erilaiset mieltymykset ja toiveet kuoseille, mikä toi äärimmäisen paljon haastetta suunnittelutyöhöni. Verkostot koostuvat usein useista erilaisista tekijöistä ja toimijoista. Ne pitävät sisällään samanhenkisiä ihmisiä, mutta jokaisella heistä on ajan mittaan muokkautunut oma tyyli ja mieltymys visuaalisiin asioihin, aivan kuten kenellä tahansa meistä. Nämä asiat ovat olleet havaittavissa työskennellessäni toimeksiantajieni kanssa. Molemmat perustajat jakavat saman mielenkiinnon, mutta silti erilaiset maut. Tässä havaitaan verkostoyhteistyön tuomia haasteita. Päämääräni tässä lopputyössä oli kuitenkin saada asiakkaani toiveet ja mieltymykset täytettyä sekä luotua tärkeitä kontakteja tulevaisuuttani varten.

Suunnittelutyö oli haastava prosessi, sillä asiakkaalla ei ollut valmista toivetta tai kykyä osoittaa minkäänlaista konkreettista maailmaa, jota minun haluttiin lähtevän toteuttamaan. Suunnittelijana pyrin saamaan sen esille asiakkaastani kuvin ja ehdotuksin. Asiakaslähtöisen suunnittelutyön palkitsevimmat hetket ovat yleensä juurikin niitä, kun huomaa suunnittelutyön menevän täysin metsään. Virheiden kautta löytää aina jotain uutta työlleen. Omassa tapauksessani löysin uuden tavan lähestyä tilannetta, vaikka koin suunnittelutyöni puolessavälissä pientä harhapoluille eksymisen makua. Tämä kannusti itseäni yrittämään vieläkin kovemmin. Prosessissa koin kantavani koko vastuun työstä sen ohjaamisesta lähtien, joka paikoitellen tuntui kovin raskaalta. Kokemuksena tällaisen vastuun kantaminen ja projektin ylläpitäminen oli erittäin opettavainen. Useissa asiakaslähtöisissä suunnittelutapauksissa yritys on kuitenkin yleensä se osapuoli, joka määrittelee tarkasti kuosimalliston tulevan teeman ja muotomaailman. Toimeksiantaja sanelee myös usein aikataulut ja tapaamisten kulun. Tässä tapauksessa minulle sallittiin suuri vastuu. Kokemus antoi itselleni parhaan oppitunnin suunnittelijan mahdollisista vastuualueista sekä prosessin luonteesta. Aika on aina rajallista suunnittelijalle, joten suunnittelijan on oltava valmis työskentelemään ja olemaan ajan tasalla jatkuvasti. Aktiivisena organisaationa, Made in Kallion perustajat olivat usein kiireisiä eikä yhteistä aikaa aina tahtonut löytyä. Suunnittelijana opin olemaan kärsivällinen. Koin myös oppivani käytännössä, kuinka asiakaslähtöinen suunnittelutyö tapahtuu ja mitä asioita on hyvä ottaa huomioon työskennellessä asiakkaan kanssa.

Omalla kohdallani opinnäytetyöni suunnittelun kautta minulle tarjottiin ja annettiin vinkkejä muis-takin mahdollisista suunnittelijan töistä. Tämä todistaa itselleni konkreettisesti juuri sen verkostoitumisen voiman, jota pyrin nostamaan esille omassa lopputyössäni. Koen, että tapaustutkimukseni kautta verkostoituminen edisti ammatillista osaamistani. sekä kartutti kokemusta suunnittelutyöstä.



7 YHTEENVETO

Opinnäytetyötä tehdessä käsitys verkostoitumisen merkittävydestä luovalla toimialalla vahvistui. Peilaten omia kokemuksiani teoriaan onnistuin osoittamaan sen, mihin tällä opinnäytetyöllä pyrinkin; perustelemaan verkostoitumisen tarjoamia etuja ja hyötyjä. Työn kautta verkostoitumisen merkitys nousi itselleni vieläkin tärkeämmäksi. Lopputuloksena päädyin siihen, että verkostoituminen on jopa välttämätöntä aloitteleville suunnittelijoille. Jos suunnittelija haluaa edetä urallaan ammattimaisesti on verkostoituminen vähintäänkin nopeuttava tekijä uran edistymisen kannalta. Luoden kontakteja oman alan, sekä ulkopuolisiinkin tekijöihin, asettaa itsensä vaaraan etulyöntiasemaan. Yrityksillä on usein tapana työllistää jo tuttuja tai hyviksi kokemiaan työntekijöitä. Koen luoneeni Made in Kallion kanssa erittäin kallisarvoisen kumppanuuden.

Case-tutkimus osoittautui tutkimusmenetelmänä erittäin toimivaksi lopputyölleni. Sain kerätä itsenäisesti tietoa Made in Kalliosta ja sen toiminnasta. Havaintojeni ja saamaani tietoa analysoiden pyrin luomaan kattavan kuvauksen Made in Kalliosta kokonaisuutena. Koin case-tutkimuksen parhaana mahdollisena tapana päästä lähelle tämänkaltaista organisaatiota. Made in Kallion perustajien luottamus ja avoimuus toimivatkin tällaisessa projektissa suurena apuna. Osana tutkimustani haastattelin talon väkeä, mikä osoittautui juuri oikeaksi tiedonkeräämisen lähteeksi opinnäytetyölleni.

Made in Made in Kallion perustajat lähtivät opinnäytetyöni yhteistyökumppaniksi heti ehdotetuani asiaa. Avoimuus uusille ehdotuksille auttaakin heitä luomaan jatkuvasti uusia kontakteja. Made in Kallion verkkosivuilla jopa kehoitetaan ottamaan yhteyttä, jos joku haluaa jakaa ideoitaan tai jopa paikallistuotteitaan. Uusien kontaktien myötä he myös saavat uusia yhteistyökumppaneita ja uusia mahdollisia projekteja. Nyt Made in Kalliolla on käytössään jatkossa kontakti myös juuri valmistuneeseen tekstiilisuunnittelijaan.

Lähteet

Leppämäki, Marita. 2012. Nyt se toimii! Opinnäytetyö:Tampereen ammattikorkeakoulu, sosiaali- ja terveysala.

Made in Kallio. Luettavissa: <http://www.madeinkallio.fi/about/>. Luettu 11.2.2013.

Opetusministeriö. 2006. Verkostomainen toimintamalli – selvitys.

Rainer Breite. 2010.

[http://www.ucpori.fi/metodikarnevaalien_materiaalit_%2824_9_%29Metodikarnevaalien materiaalit](http://www.ucpori.fi/metodikarnevaalien_materiaalit_%2824_9_%29Metodikarnevaalien_materiaalit)
Luettu 24.2.2013.

Sounio, Lisa. 2010. BRÄNDIKÄS. Tammi.

Salmi, Anna Maija. 2010.Aloittavan yrityksen haasteet elokuva- ja tv-alalla. Opinnäytetyö: Tampereen ammattikorkeakoulu, viestinnän koulutusohjelma.

Silvennoinen, Markku. 2008. Löydä aarteesi - verkostoidu! Hämeenlinna:Tammi

Seppänen, Pekka. 2004.

http://www.talouselama.fi/pelin_henki/verkottuminen+on+kivempaa+kuin+ulkoistaminen/a2049494. Luettu 20.2.2013

Verkostokonsultit 2007. Verkostoituminen pähkinänkuoressa pdf. Luettavissa <http://www.verkostokonsultit.fi/dmdocuments/0710Verkostoitumisestapahkinankuoressa.pdf>. Luettu 25.2.2013

Virtuaaliammattikorkeakoulu 2013. Case-tutkimus. Luettavissa

<http://www2.amk.fi/digma.fi/www.amk.fi/opintojaksot/0709019/1193463890749/1193464144782/1194348546586/1194356433452.html> Luettu 26.2.2013

Wallin, Johan 2009. Liiketoiminnan orkesterointi. Juva: WS Bookwell Oy

Na Yuri. 2012. Taidekäsitö kestäväen kehityksen arvojen kuvastajana. Luettavissa <http://www.aalto.fi/FI/current/news/view/2012-12-11/> Luettu 24.2.2012.



Haastattelut

Lehti Mia 2013. Perustaja, Made in Kallio. Haastattelu 8.2. 2013.

Sundell Jon 2013. Perustaja, Made in Kallio. Haastattelu 8.2. 2013.

Kuvalähteet

KUVA 1: Pontinen, A. 2013. Made in Kallio. <http://auroranhenkarit.costume.fi/2012/07/31/made-in-kallio/>
Luettu 12.1.2013

KUVA 2: Made in Kallio. 2013. Made in Kallio avasi ovensa yleisölle! Luettavissa:
<http://www.madeinkallio.fi>. Luettu 11.1.2013.

KUVA 3: Enbom, H., Kukkapuro, I. 2013: Trash. International Trash Hotel 12-16.9.2012 Habitare Ahead!
Room 116. Helsinki. s.25

KUVA 4: Ruimy. K. 2012. F.SCOTT FITZGERALD BOOK DESIGNS. Luettavissa:
<http://www.karenruimy.com/blog/2012/07/18/f-scott-fitzgerald-book-designs/>. Luettu 15.1.2012

KUVA 5: VARPUNEN.2012.Made in Kallio. <http://pikkuvarpunen.blogspot.fi/2012/07/made-in-kallio.html>.
Luettu: 12.1.2013

Liite 1: Moodboard: Made in Kallio

cupcakesandtwin.2012. laughing of world-

Luettavissa:<http://cupcakesandtwin.blogspot.fi/> Luettu: 15.1.2013

Nieminen, L. 2011. Fashion Link. <http://adamsmithfashion.blogspot.fi/2011/10/lotta-nieminen.html> Luettu:
15.1.2013

Brett, M. lace neck tattoo. <http://pinterest.com/pin/4292562116149512/> Luettu 15.1.2013

Retro Republica. 2012. <http://retro-republican.blogspot.fi/2012/05/omg-im-so-retro.html>. Luettu 15.1.2013

Hus and hem. Vallila Tanhu Black & White Finnish Fabric

<http://www.husandhem.co.uk/bold-prints/1701-vallila-tanhu-black-white-finnish-fabric.html>.

Luettu

15.1.2013



Pointinen, A.2012. // Made in Kallio // <http://auroranhennarit.costume.fi/2012/07/31/made-in-kallio/Luettu>
12.1.2013

Liite 2: moodboard1:

The art of Ian McArthur.2010. <http://blog.signalnoise.com/2010/05/31/the-art-of-ian-macarthur/>

design <http://ianmacarthur.carbonmade.com/>



Liitteet

LIITE1: Moodboard: Made in Kallio



Brett, M. lace neck tattoo. <http://pinterest.com/pin/4292562116149512/> Luettu 15.1.2013

cupcakesandtwin.2012. laughing of world- Luettavissa:<http://cupcakesandtwin.blogspot.fi/> Luettu: 15.1.2013

Hus and hem. Vallila Tanhu Black & White Finnish Fabric

<http://www.husandhem.co.uk/bold-prints/1701-vallila-tanhu-black-white-finnish-fabric.html>. Luettu 15.1.2013

Nieminen, L. 2011. Fashion Link. <http://adamsmithfashion.blogspot.fi/2011/10/lotta-nieminen.html> Luettu:15.1.2013



Pointinen, A.2012. // Made in Kallio //. <http://auroranhenkarit.costume.fi/2012/07/31/made-in-kallio/> Luettu 12.1.2013

Retro Republica. 2012. <http://retro-republican.blogspot.fi/2012/05/omg-im-so-retro.html>. Luettu 15.1.2013

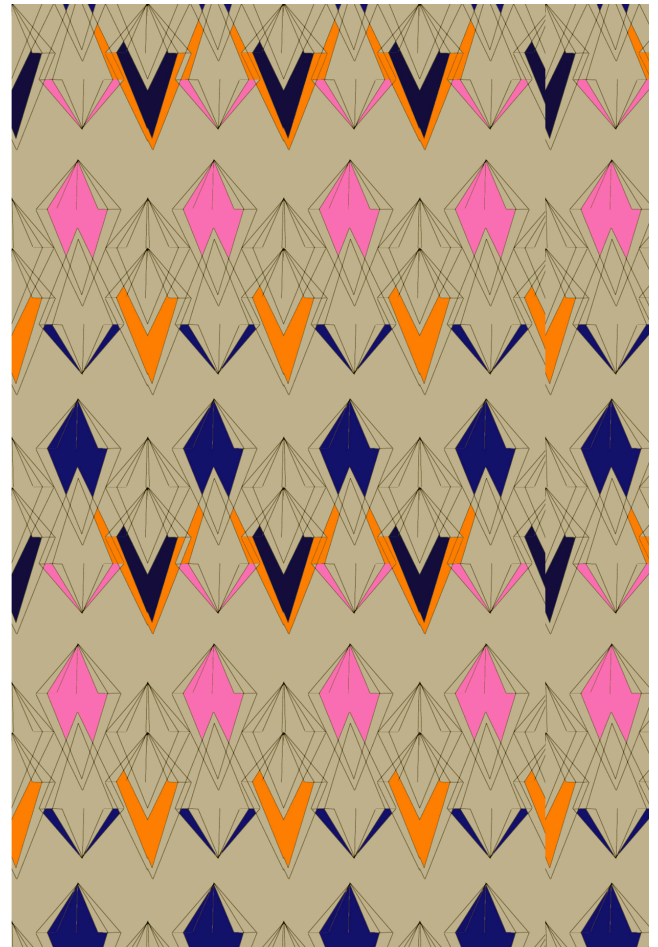
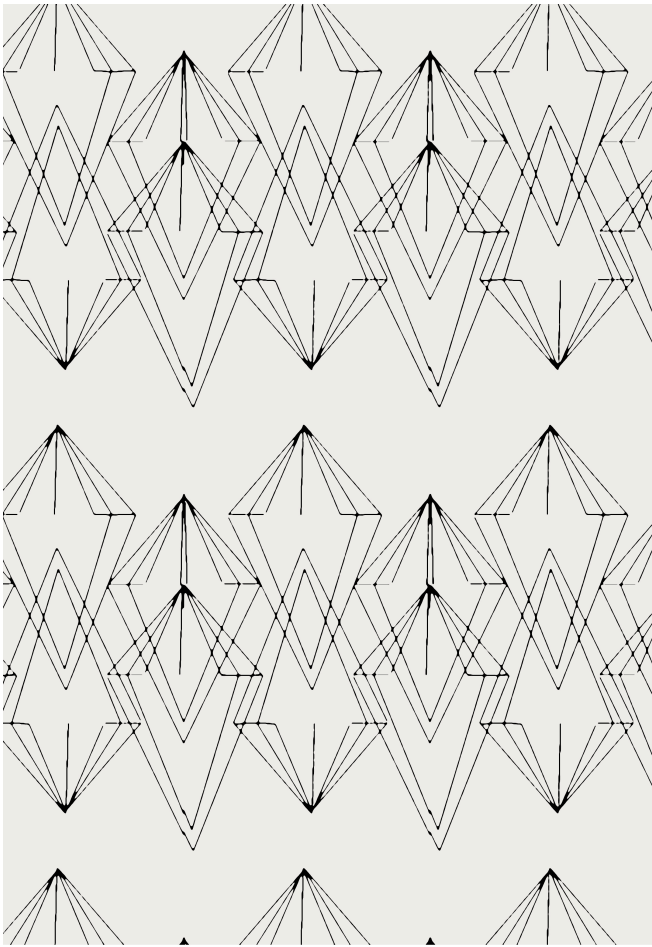
LIITE 2. Moodboard1 ja Moodboard 2



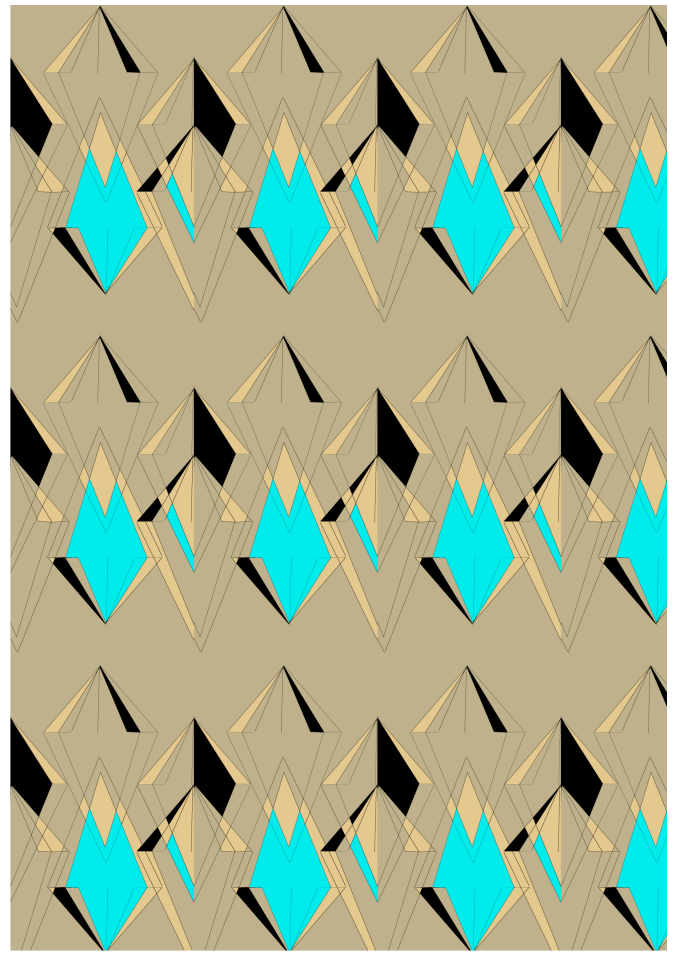
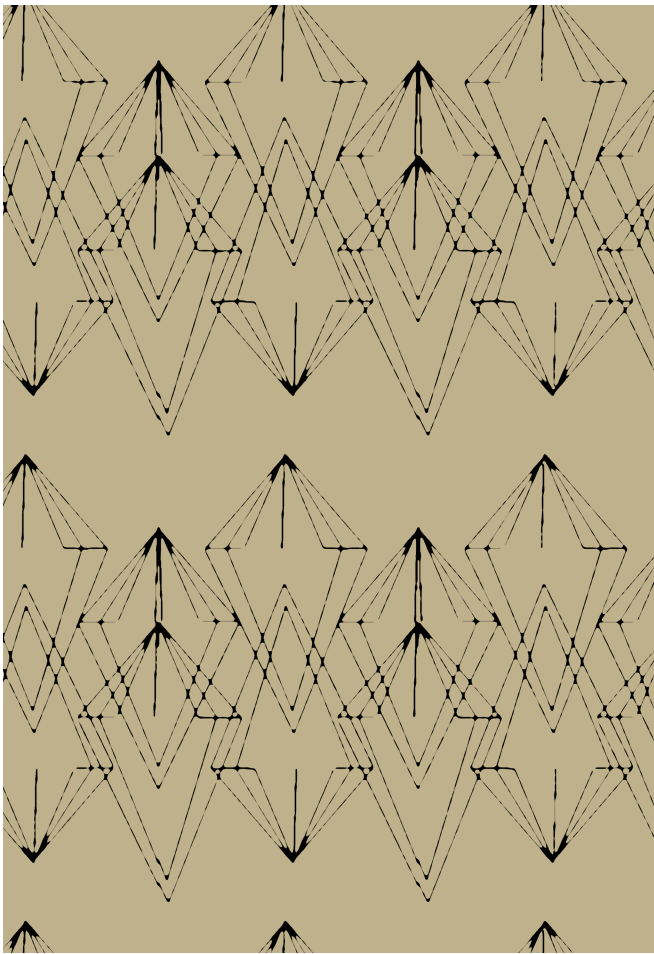
ROUHEA
STREETWISE
TATTOOS

Ian McArthur.2010. The art of Ian Mc Arthur. Luettavissa: <http://ianmacarthur.carbonmade.com/>

LIITE 3. 1.Tapaamisen kuosiehdotus malli 1/2



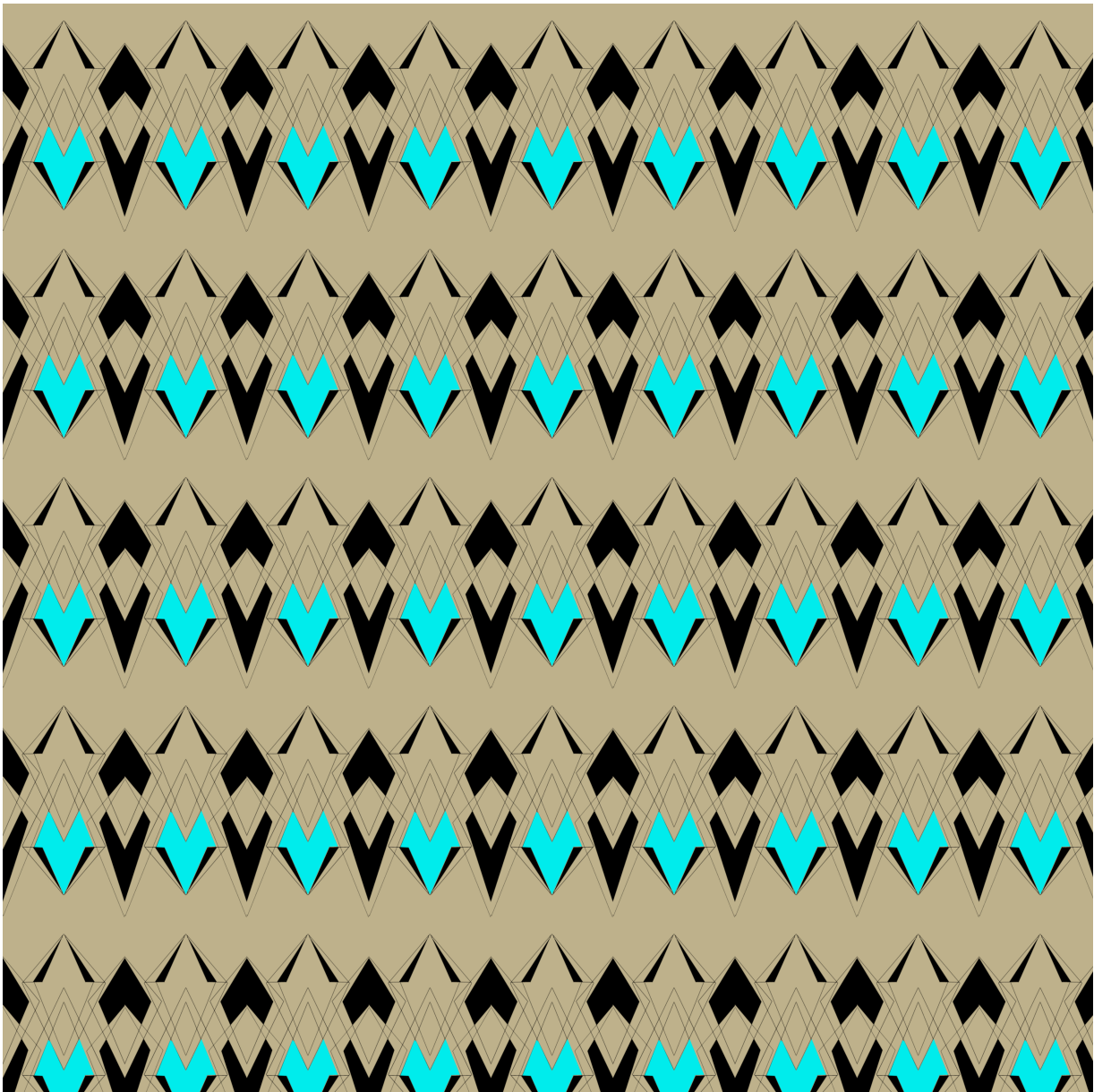
LIITE 4. 1.Tapaamisen kuosiehdotus malli 2/2



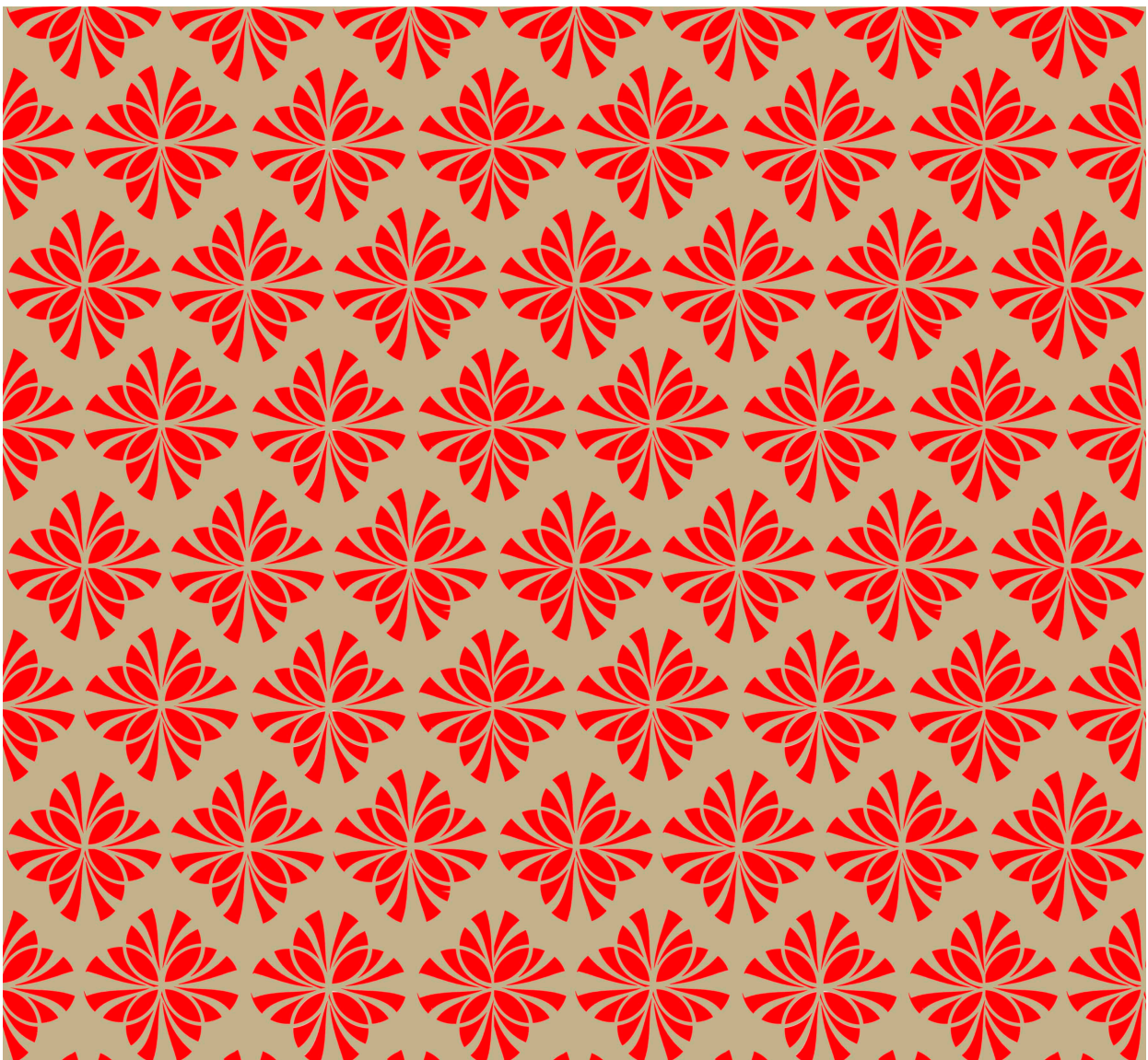
LIITE 5. 2.Tapaamisen kuosiehdotus malli1/2



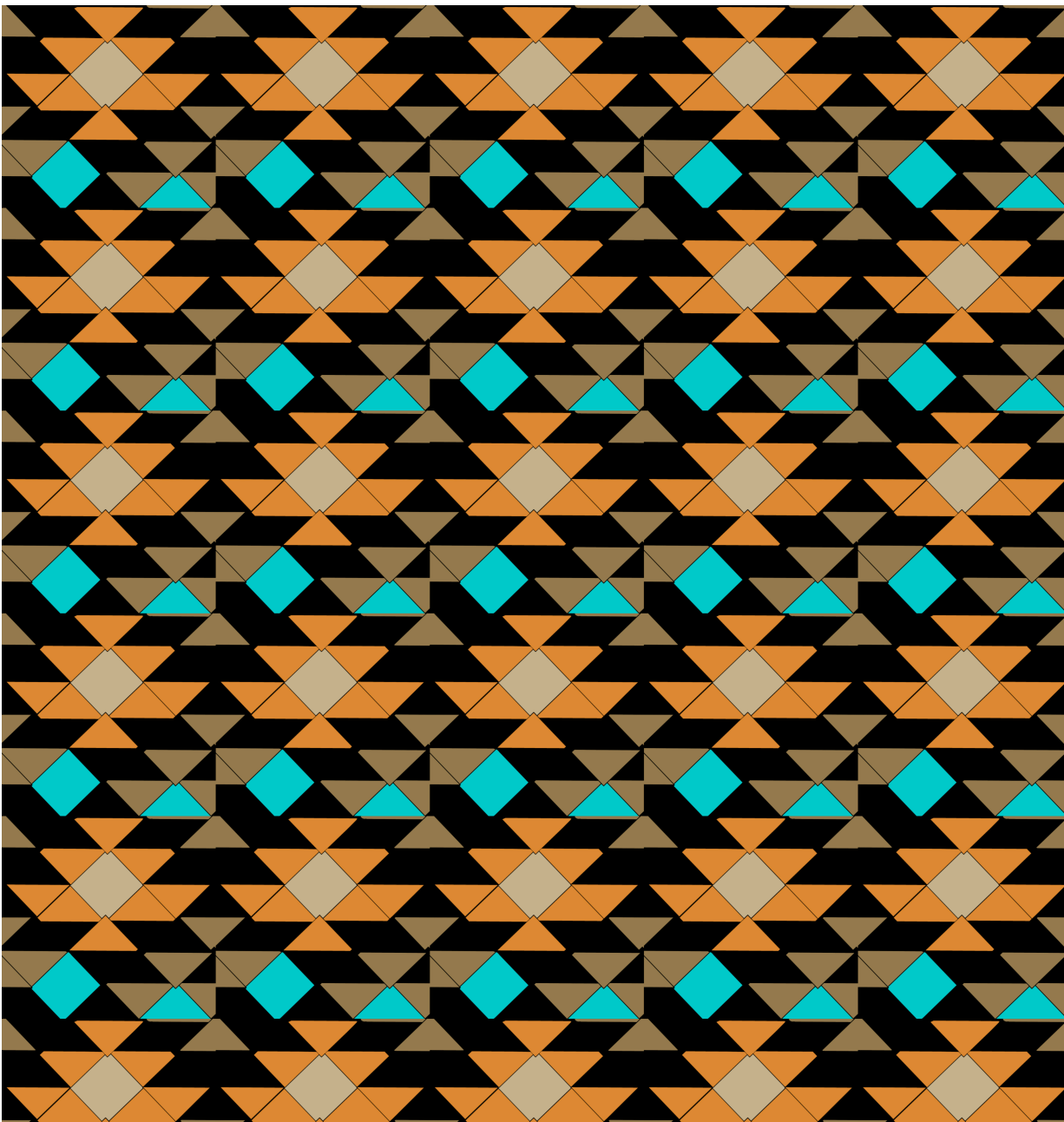
LIITE6. 2.Tapaamisen kuosiehdotus malli 2/2



LIITE 7. 3.Tapaamisen malli 1/3



LIITE 8. 3.Tapaamisen kuosiehdotus malli 2/3



LIITE 9. 3.Tapaamisen kuosiehdotus malli 3/3

