

Ski-malliston suunnittelu Icepeak-tuotemerkille



Ammattikorkeakoulun opinnäytetyö

Muotoilun koulutusohjelma

Visamäki, syksy 2013

Taru Väisänen

Taru Väisänen

VISAMÄKI

Muotoilu

Vaatetus

Tekijä

Taru Väisänen

Vuosi 2013

Työn nimi

Ski-malliston suunnittelu Icepeak-tuotemerkille

TIIVISTELMÄ

Opinnäytetyö tehtiin yhteistyöyritys L-fashion Group Oy:n Icepeak-tuotemerkin kanssa. Työn tavoitteena oli suunnitella Ski-mallisto Icepeak-tuotemerkille sesonkiin syksy-talvi 2014–2015. Opinnäytetyön tarkoituksena on havainnoida ja kuvata teollisen vaatemalliston suunnitteluprosessia suunnittelemalla mallisto sekä käyttämällä lähdekirjallisuutta.

Malliston suunnittelun yhteydessä havainnoitiin suunnitteluprosessia. Suunnitteluprosessista saatu tieto toimii lähdeaineistona. Suunnitteluprosessin vaiheisiin haettiin tietoa lähdekirjallisuudesta sekä omista kokemuksista yhteistyöyrittäjien toimintatavoista. Malliston suunnittelua varten tutkittiin sesongin syksy-talvi 2014–2015 hiihtomaailman trendejä ja sitä, miten niitä voidaan hyödyntää Icepeakin Ski-mallistoon. Malliston tuotteiden ja kuosien suunnittelu toteutettiin tietokoneavusteisesti Adobe Illustrator -ohjelmalla.

Opinnäytetyön tuloksena on kuvaus Ski-malliston suunnitteluprosessin vaiheista sekä Ski-mallisto. Opinnäytetyön tuloksista selviää suunnitteluprosessin vaiheet sekä teollisen ja kaupallisen malliston suunnitteluprosessin erityispiirteet. Tuloksena voidaan esittää, että Icepeak-tuotemerkillä suunnitteluprosessi on jäsenelty ja suoraviivainen prosessi, joka alkaa malliston budjetista ja päättyy malliston luovutukseen eli esittelyyn myyntimiehille. Suunnitteluprosessilla on selkeä rakenne ja aikataulu, joiden puitteissa se toteutetaan.

Avainsanat Mallisto, vaatesuunnittelu, urheiluvaatteet

Sivut 43 s.

VISAMÄKI
Degree Programme in Design

Author	Taru Väisänen	Year 2013
Subject of Bachelor's thesis	Designing Ski collection to Icepeak trademark	

ABSTRACT

The thesis was prepared in cooperation with the Icepeak trademark of L-fashion Group Oy. The goal of the thesis was to design a Ski collection for the autumn-winter 2014–2015 season. Its purpose was also to observe and describe the designing process of an industrial clothing collection.

The observation of the process while designing the collection was an important method used in this thesis. Information about designing processes was sought from books and from the author's own experiences in the procedures of the client. Seasonal ski-trend forecasts were studied and analysed for how these trends could be used in the product design. The products and patterns of the collection were executed by using the computer-aided designing program Adobe Illustrator.

The results of the thesis are the description of the Ski collection designing process and the complete Ski collection. The results of the study show the steps of a collection designing process and the special features of the design process of an industrial clothing collection. The results reveal that the designing process in the Icepeak trademark is well-organized. The process starts from the budget and ends with the presentation for the salesmen. The designing process is guided by a clear schedule and structure.

Keywords Collection, clothing design, sportswear

Pages 43p

SISÄLLYS

1	JOHDANTO.....	1
1.1	Rajaus ja viitekehys.....	1
1.2	Yhteistyöyrittäjä.....	3
1.3	Käsitteet.....	3
2	TIEDONHANKINTA.....	4
2.1	Suunnitteluprosessin aineisto.....	4
2.2	Lähdekirjallisuus.....	4
3	MALLISTON SUUNNITTELUPROSESSI.....	4
3.1	Aikataulu ja budjetti.....	4
3.1.1	Aikataulu.....	5
3.1.2	Edellisen sesongin myyntiluvut.....	6
3.1.3	Malliston rakenne ja budjetti.....	7
3.2	Ideapalaveri.....	10
3.2.1	Urheiluvaatemessut.....	11
3.2.2	Trendiennustepalvelut.....	11
3.2.3	Ski-malliston ideataulut ja värikartat.....	12
3.2.4	Icepeakin palaute ideatauluista ja värikartoista.....	14
3.2.5	Palautteen vaikutukset värikarttoihin ja ideatauluihin.....	15
3.3	Kuvapalaveri.....	16
3.3.1	Ski-malliston ideakuvat.....	16
3.3.2	Palaute ideakuvista.....	18
3.3.3	Palautteen vaikutukset mallistoon.....	19
3.4	Mallistopalaveri.....	20
3.4.1	Tuotekuvat.....	20
3.4.2	Ski-malliston tuotekuvat.....	21
3.4.3	Icepeakin palaute tuotekuvista.....	23
3.4.4	Palautteen vaikutukset mallistoon.....	23
3.4.5	Kuosiehdotukset.....	24
3.4.6	Icepeakin palaute kuoseista.....	27
3.4.7	Palautteen vaikutukset kuoseihin.....	27
3.5	Proto- ja kuosiohjeet.....	27
3.5.1	Mallikappaleohjeet.....	27
3.5.2	Kuosiohjeet.....	29
4	MALLISTO.....	32
4.1	Naisten Ski-mallisto.....	32
4.2	Miesten Ski-mallisto.....	34
4.3	Värikartta.....	36
4.4	Trimmikartta.....	37
5	JOHTOPÄÄTÖKSET.....	38
6	ARVIOINTI JA POHDINTA.....	40

1 JOHDANTO

Opinnäytetyön aiheena on suunnitella Ski-mallisto Icepeak-tuotemerkille. Mallisto suunnitellaan sesonkiin talvi 2014–2015.

Opinnäytetyön aihevalinta perustuu harjoitteluun urheiluvaatteiden suunnitteluun erikoistuneessa yrityksessä, Studio Tint Oy:ssä sekä vahvaan kiinnostukseen laskettelurinnepukeutumista kohtaan. Opinnäytetyössä hyödynnetään ja syvennetään harjoittelun aikana hankittua tietotaitoa urheiluvaatesuunnittelusta.

Yhteistyö Icepeakin kanssa on hieno mahdollisuus tutustua suuren ja kaupallisen yrityksen toimintaan. Icepeak valikoitui yhteistyöyritykseksi suuren kokonsa sekä jo olemassa olevan Ski-mallistonsa takia. Yrityksen palaute suunnitteluprosessin aikana antaa arvokasta tietoa kaupallisen malliston suunnittelusta sekä suunnitteluprosessin kulusta.

Opinnäytetyössä selvitetään kaupallisen vaatemalliston suunnittelun prosessia suunnittelemalla mallisto suurelle kaupalliselle merkille lähdekirjallisuutta hyödyntäen. Opinnäytetyön tuloksena saadaan Ski-mallisto sekä tietoa teollisen vaatemalliston suunnitteluprosessista. Opinnäytetyössä tehdään näkyväksi suunnitteluprosessi ja vahvistetaan opinnäytetyön tekijän osaamista suunnittelijana.

1.1 Rajaus ja viitekehys

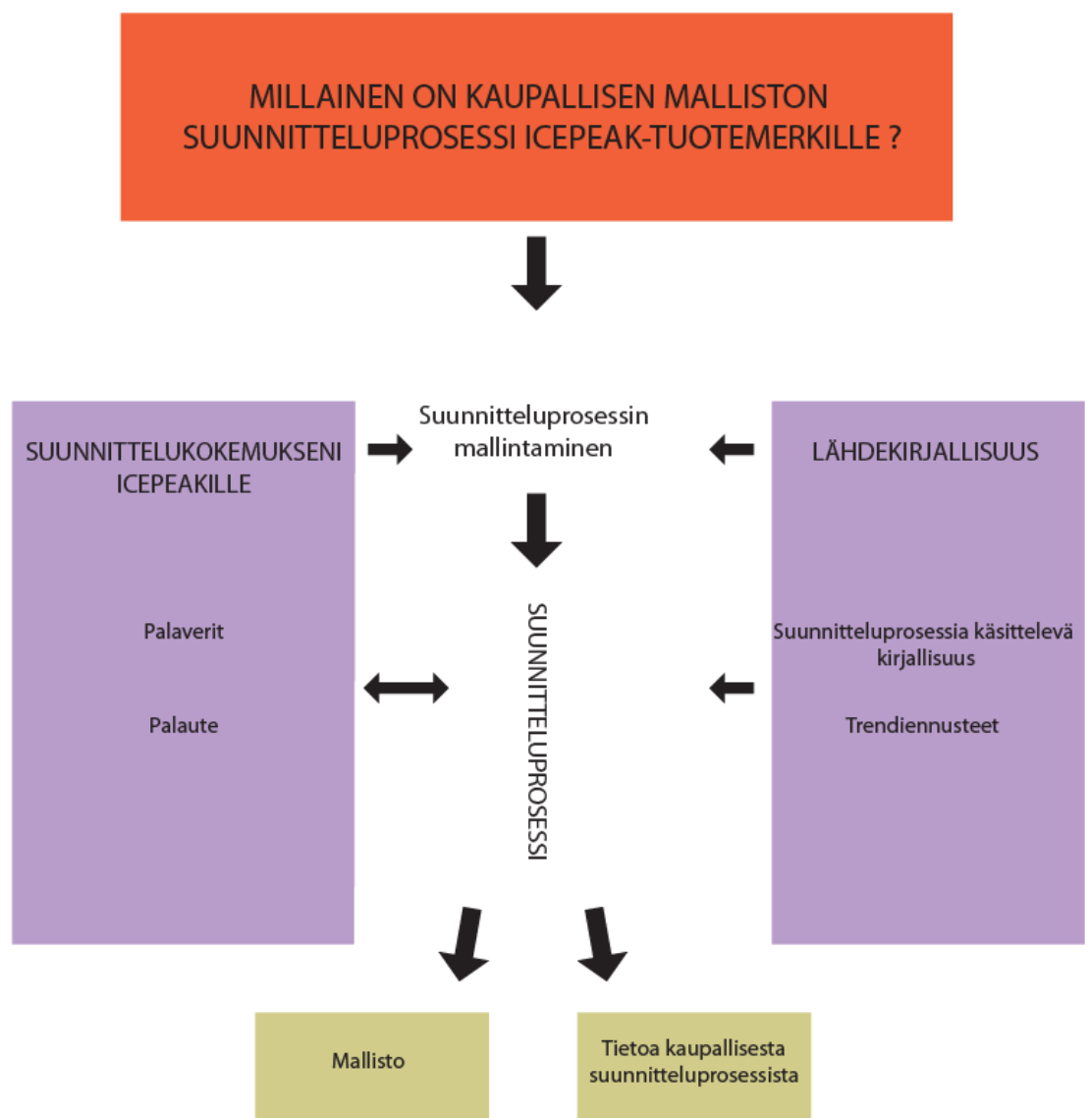
Opinnäytetyön pääkysymys on millainen on kaupallisen ski-malliston suunnitteluprosessi Icepeak-tuotemerkille. Ski-malliston tulee sopia Icepeak-brändille ja sen suunnittelussa tulee ottaa huomioon mallien teollinen valmistettavuus.

Opinnäytetyö sisältää malliston suunnittelun. Malliston suunnitteluun kuuluvat tiedonhaku, väri- ja materiaalikartan laatiminen, elämäntapa- ja muotokielitaulun laatiminen, malliston tuotekuvien piirtäminen sekä mallikapaleohjeiden teko. Suunnitteluprosessi kuvataan työssä yksityiskohtaisemmin tuote-esimerkkien avulla.

Malliston suunnittelun yhteydessä havainnoidaan suunnitteluprosessia. Opinnäytetyössä hahmotetaan suunnitteluprosessin eri osa alueet sekä tuodaan esille kaupallisen suunnitteluprosessin erityispiirteet. Kulloinkin menossa olevaan suunnitteluprosessin vaiheeseen haetaan tietoa lähdekirjallisuudesta sekä yhteistyöyritykseltä. Näin saatua tietoa peilataan suunnitteluprosessiin. Opinnäytetyö käsittelee myös trendejä ja kaupallisuutta.

Viitekehys on Anttilan mukaan asetelma ilmiössä esiintyvistä yhtyeenliitetyistä tekijöistä sekä pelkistetty esitys tutkimuksen teoreettisista lähtökohdista. Viitekehyksessä tutkimuksen osat on jäsennelty selviin kategoriioihin. Yleensä viitekehys on visualisoitu, jotta aiheen hahmottaminen sen avulla on helpompaa. (Anttila 1998, 96 - 97.)

Viitekehysten (Kuvio 1) yläosassa on pääkysymys: Millainen on kaupallisen malliston suunnitteluprosessi Icepeak-tuotemerkille. Suunnitteluprosessi on kuvattu keskellä ja sen oikealla puolella on esitetty lähteet, joita käytetään suunnitteluprosessin mallintamisessa sekä itse suunnitteluprosessissa. Suunnitteluprosessin vasemmalla puolella sijaitsevat Icepeakilta suunnitteluprosessin aikana saatavat tiedot. Lähteitä ja suunnitteluprosessin aikana saatuja tietoja vertailemalla saadaan lopputulos eli vastaus kysymykseen, millainen on kaupallisen malliston suunnitteluprosessi Icepeak-tuotemerkille. Lisäksi suunnitteluprosessin lopputuloksena on valmis mallisto.



Kuvio 1. Teoreettinen viitekehys

1.2 Yhteistyöyritys

Vuonna 1996 perustettu Icepeak on yksi Euroopan suurimmista urheiluvaatebrändeistä. Icepeak on yksi L-fashion Group Oy:n tuotemerkeistä. Icepeakin urheiluvaatteita myydään urheiluvaateliikkeissä ja tavarataloissa.

Icepeakin tuotteet ovat funktionaalisia urheiluvaatteita, joissa on rohkea väritys ja nuorekas design. Vaatteiden design saa innoituksensa maailmanlaajuisista trendeistä ja nuorten ihmisten elämäntyylistä.

Icepeak tarjoaa laajan valikoiman helppohoitaisia tuotteita niin vapaa-aikaan, ulkoiluun kuin laskettelurinteisiin. Tuotteet ovat helppo valinta nuorille aikuisille, jotka urheilevat mielellään, haluavat näyttää hyvältä ja ennen kaikkea nauttivat elämästä. (Icepeak 2013.)

1.3 Käsitteet

Mallisto koostuu Ammattina vaate (Eberle, Hermeling & Hornberg 2012, 212) kirjan mukaan malleista, joissa yhdistyvät muotitrendit ja taloudelliset näkökohdat. Ski-mallisto on tarkoitettu laskettelurinteessä käytettäväksi. Ski-mallisto sisältää tuotteita, jotka soveltuvat laskettelurinteissä harrastettavaan lajeihin, kuten lasketteluun ja lumilautailuun. Malliston tuotteilla on erilaisia teknisiä ominaisuuksia. Edullisemmissä tuotteissa teknisiä ominaisuuksia on vähemmän ja tuotteiden materiaaleilla on kohtalaiset veden- ja tuulenkestävyysarvot. Kalliimmista tuotteista on huomioitu enemmän lajikohtaisia erityistarpeita ja tuotteiden materiaaleilla on paremmat tekniset arvot.

Muotoiluprosessi on osa laajempaa tuotekehitysprosessia. Muotoilijan näkökulmasta tuotteen muotoiluprosessi jakautuu tuotehakuun, konseptimuotoiluun ja tuotemuotoiluun. (Kettunen 2001, 56.)

Tuotepäällikkö vastaa mallistoista yhdessä suunnittelijoiden kanssa. Tuotepäällikön vastuulla on muun muassa mallistojen koordinointi, vaatteiden tuotannon hoitaminen ja mallistojen esittely asiakkaille.

Tuotejohtaja vastaa tuotemerkin kaikista mallistoista yhdessä tuotepäälliköiden ja suunnittelijoiden kanssa.

Sesonki on tietty ajankohta, johon vaatteet suunnitellaan. Icepeakilla on kaksi sesonkia: kevät–kesä ja syksy–talvi.

Myyntimies myy L-fashion Group -yrityksen eri tuotemerkkejä, kuten Icepeakia, ketjuille ja liikkeisiin. Myyntimiehiä on useissa maissa ja he vastaavat tuotemerkin myynnistä omalla vastualueellaan.

2 TIEDONHANKINTA

Opinnäytetyön tiedonhankintamenetelminä käytetään suunnitteluprosessin dokumentointia sekä lähdekirjallisuutta. Suunnitteluprosessin aikana saatavaa tietoa peilataan lähdekirjallisuudesta saatuun tietoon. Malliston suunnittelussa käytetään apuna trendiennusteita, erityisesti raportteja urheiluvaatemessuilta.

2.1 Suunnitteluprosessin aineisto

Malliston suunnittelun yhteydessä havainnoidaan suunnitteluprosessia. Suunnitteluprosessista saatu tieto toimii lähdeaineistona. Suunnitteluprosessin dokumentoinnissa käytetään Kettusen (2000, 117) esittämää työskentelytapaa, jossa projektille luodaan työkansio. Työkansio sisältää kansiot, kokousmuistiot, projektisuunnitelman, sopimukset ja tarjoukset sekä tehtävät. Malliston suunnitteluprosessin työvaiheet dokumentoidaan, ja niissä tuotetut dokumentit, kuten ideataulut, tallennetaan suunnitteluprosessin vaiheen mukaan nimettyihin kansioihin. Malliston suunnitteluprosessiin kuuluvissa palavereissa saatava palaute kirjataan kokousmuistioihin.

2.2 Lähdekirjallisuus

Lähdekirjallisuutena käytetään kirjallisuutta suunnitteluprosessin mallintamisesta ja suunnittelutyöstä. Ilkka Kettusen Muodon palapeli käsittelee konseptien muotoiluprosessia ja muotoilijoiden käyttämiä työmenetelmiä. (Kettunen 2001, 6.) Malliston suunnitteluprosessissa tutkitaan sesongin syksy–talvi 2014–2015 hiihtomaailman trendejä ja messuraportteja käyttäen lähteenä MPDClick-trendiennustepalvelun nettisivuja.

3 MALLISTON SUUNNITTELUPROSESSI

Ski-malliston suunnitteluprosessi Icepeak-tuotemerkille käydään kokonaisuudessaan läpi tässä luvussa. Tämän luvun osat on otsikoitu suunnitteluprosessin vaiheiden mukaan alkaen aikataulusta ja budjetista päättyen mallikappaleohjeisiin.

3.1 Aikataulu ja budjetti

Malliston budjetissa määritellään mallistoon sisältyvät tuotetyypit ja malliston sisältämien tuotteiden lukumäärä. Malliston suunnitteluprosessille laaditaan aikataulu, jonka avulla suunnittelutyö saadaan toteutettua haluttuna ajankohtana, jotta suunnitteluprosessia seuraavat tuotantovaiheet ja tuotteiden toimitus kaappoihin tapahtuvat ajallaan.

3.1.1 Aikataulu

Muotoiluprojekti jaetaan vaiheisiin, jotta työ saadaan aikataulutettua selkeästi. Vaiheet toimivat myös kulminaatiopisteinä, jolloin voidaan tarkistaa, että työ etenee odotetun kaltaisesti. (Kettunen 2001, 116 - 117.) Icepeak-tuotemerkillä tuotepäällikkö tekee uuden sesongin alussa sesongille aikataulun, johon merkitään, milloin suunnitteluprosessin eri vaiheiden, kuten kuosiohjeiden, täytyy olla valmiina. Jokainen suunnittelija tekee itse henkilökohtaisen aikataulun budjettiin merkittyjen mallien suunnittelusta.

Ski-malliston suunnitteluprosessi alkoi aikataulun ja projektisuunnitelman laatimisella. Projektisuunnitelman ja aikataulun avulla pystyin määrittelemään Icepeakille, montako tapaamista tarvitsen ja milloin projekti on valmis. Icepeakilla pidettiin tärkeänä, että projektilla on selkeä aikataulu ja projektiin tarvittavat resurssit määritellään etukäteen.

Ski-malliston suunnitteluprosessin aikataulussa (kuva 1) suunnitteluprosessin eri vaiheet on jaettu projektille sovituille aikavälille. Projektin tapaamiset sovittiin pidettäväksi noin joka toinen viikko. Jokaiselle palaverille määriteltiin tavoite ja sovittiin, mitkä malliston suunnitteluun liittyvät dokumentit esittelen palaverissa. Jokaisen palaverin lopussa tarkistettiin saavutetut tavoitteet ja tarvittaessa määriteltiin uudelleen seuraavan palaverin tavoitteet. Ensimmäisen palaverin tavoitteeksi määriteltiin yleisesti opinnäytetyö. Ensimmäisessä palaverissa kävimme läpi tuotepäällikön kanssa projektin vaiheet ja minulta odotettavat dokumentit. Suunnitteluprojektin tehtävät on jaettu vielä tarkemmin viikko- ja päiväkohtaisiin tehtäviin. Tarkasti määritellyt tavoitteet selkeyttävät prosessin hallintaa ja sen etenemisen seuraamista.

Ski-malliston aikataulutus ei eronnut merkittävästi yleisestä asioiden aikatauluttamisesta. Aikatauluttaminen antaa toiminnalle tarkoituksen ja rajat, joiden puitteissa suunnittelutyö tehdään. Teollisessa suunnitteluprosessissa tulee kuitenkin aina huomioida se, että kyse ei ole vain yhden yrityksen tai henkilön aikatauluista. Aikatauluissa on otettava huomioon esimerkiksi kiinalainen uusivuosi tammikuussa, jolloin tehtaat ovat kiinni. Isossa organisaatiossa muutokset aikatauluissa vaikuttavat aina useamman ihmisen työskentelyyn, joten aikataulussa pysyminen on erittäin tärkeää.

Ski-malliston suunnittelu Icepeak-tuotemerkille

Maaliskuu				Huhtikuu				Toukokuu			
vk10	Ma	4.3.2013	Ispo 2013 raportti	2.pääs.päiv.	Ma	1.4.2013		vk18	Ma	29.4.2013	
	Ti	5.3.2013	projektisuunnitelma	vk14	Ti	2.4.2013			Ti	30.4.2013	
	Ke	6.3.2013			Ke	3.4.2013		Vappu	Ke	1.5.2013	
	To	7.3.2013			To	4.4.2013			To	2.5.2013	
	Pe	8.3.2013			Pe	5.4.2013			Pe	3.5.2013	Palaveri:tuotekuvat, printit ja kuosit
	La	9.3.2013	Moodboard		La	6.4.2013			La	4.5.2013	
	Su	10.3.2013			Su	7.4.2013			Su	5.5.2013	
vk11	Ma	11.3.2013	ideakuvat naiset	vk15	Ma	8.4.2013		vk19	Ma	6.5.2013	
	Ti	12.3.2013	ideakuvat miehet		Ti	9.4.2013	Palaveri:Budjetti, ideakuvat		Ti	7.5.2013	
	Ke	13.3.2013			Ke	10.4.2013	Palaveri:Budjetti, ideakuvat		Ke	8.5.2013	
	To	14.3.2013	Alustava värikartta		To	11.4.2013		Helatorstai	To	9.5.2013	
	Pe	15.3.2013			Pe	12.4.2013			Pe	10.5.2013	
	La	16.3.2013	Moodboard		La	13.4.2013	Tuotekuvat		La	11.5.2013	
	Su	17.3.2013			Su	14.4.2013			Su	12.5.2013	
vk12	Ma	18.3.2013	Palaveri: oppari	vk16	Ma	15.4.2013		vk20	Ma	13.5.2013	Tuoteohjeet valmiit
	Ti	19.3.2013	Projektisuunnitelman päivitys		Ti	16.4.2013			Ti	14.5.2013	
	Ke	20.3.2013			Ke	17.4.2013			Ke	15.5.2013	
	To	21.3.2013	Mallisto Budjetti		To	18.4.2013			To	16.5.2013	
	Pe	22.3.2013			Pe	19.4.2013			Pe	17.5.2013	
	La	23.3.2013	Mallisto Budjetti		La	20.4.2013			La	18.5.2013	
	Su	24.3.2013			Su	21.4.2013			Su	19.5.2013	
vk13	Ma	25.3.2013		vk17	Ma	22.4.2013		vk21	Ma	20.5.2013	
	Ti	26.3.2013			Ti	23.4.2013			Ti	21.5.2013	
	Ke	27.3.2013			Ke	24.4.2013			Ke	22.5.2013	
	To	28.3.2013			To	25.4.2013			To	23.5.2013	
pitkäperj.	Pe	29.3.2013			Pe	26.4.2013	Palaveri:tuotekuvat, printit ja kuosit		Pe	24.5.2013	
	La	30.3.2013			La	27.4.2013			La	25.5.2013	
	Su	31.3.2013			Su	28.4.2013			Su	26.5.2013	
								vk22	Ma	27.5.2013	
									Ti	28.5.2013	
									Ke	29.5.2013	
									To	30.5.2013	
									Pe	31.5.2013	Malliston palautus

Kuva 1. Ski-malliston suunnitteluprojektin aikataulu

3.1.2 Edellisen sesongin myyntiluvut

Päätökset tuotestrategiasta vaativat pohjaksi tietoa jo olemassa olevien tuotteiden selviytymisestä markkinoilla sekä kuluttajien ja jälleenmyyjien hyväksynnästä. Tiedonlähteet voivat olla sisäisiä (myyntitilastot) tai ulkoisia (haastattelut) (Kettunen 2001, 53.)

Icepeakilla on käytössään järjestelmä, josta näkee jokaisen tuotteen myyntiluvut. Myös Icepeakin myyntimiehet antavat joka sesongista palautteen. Eri tuotteiden kaupallista menestystä tai menestyksettömyyttä on helppo seurata.

Uutta sesonkia aloitettaessa edellisen vastaavan sesongin myyntiluvut käydään läpi tarkasti. Myyntilukujen analysointi on tuotepäällikön vastuulla. Tuotepäällikkö miettii myyntilukujen pohjalta tuotetyyppien ja materiaalilaatujen jatkamista seuraavaan sesonkiin. Erityisesti uusien tuotetyyppien ja materiaalien menestystä ja vastaanottoa seurataan tarkasti.

Suunnittelija tietää suunnittelemiensa tuotteiden menestyksen. Suunnittelutyön tavoite on tehdä myyviä ja kaupallisia malleja. Suunnittelija, jonka mallit eivät myy, on yrityksen näkökulmasta huono suunnittelija. Suunnittelijat ovat kiinnostuneita suunnittelemiensa mallien menestyksestä ja syistä, miksi jokin tuote ei ole myynyt. Suunnittelijoita kiinnostaa esimerkiksi se, onko tuotteen ulkonäkö ollut mahdollisesti epäkaupallinen tai onko myyntimies tai asiakas kokenut tuotteen yksityiskohdan, esimerkiksi brodeerauksen, epämieluisaksi. Suunnittelija pyrkii myyntilukujen pohjalta muokkaamaan malleja seuraavaan sesonkiin siten, että jokainen malli myy tarpeeksi eli on kaupallinen.

3.1.3 Malliston rakenne ja budjetti

Icepeak-tuotemerkillä malliston suunnitteluprosessi aloitetaan budjetin laatimisella. Budjetissa määritellään mallistoon sisältyvät tuotetyypit sekä tuotteiden lukumäärä. Budjetin perustana on edellinen vastaava sesonki. Edellisen sesongin tuotteista valikoidaan niiden myyntilukujen perusteella uuteen sesonkiin tulevat tuotteet sekä tuotteet, jotka jätetään pois uudesta sesongista. Budjettia laadittaessa suunnitellaan tuotteille myös hinnat. Hinnat suunnitellaan siten, että tuotteet kattavat mahdollisimman hyvin eri hintaportaat eivätkä kilpaile toistensa kanssa.

Icepeak-tuotemerkillä budjetin laativat tuotepäällikkö ja tuotejohtaja. Tuotepäällikön ja tuotejohtajan tekemä ensimmäinen versio budjetista käydään läpi tuotepäällikön ja suunnittelijoiden kesken. Suunnittelijat kommentoivat uutta budjettia ja kertovat esimerkiksi uusista tuotetyypeistä, joita he haluavat ehdottaa tähän sesonkiin. Tuotepäällikkö hyväksyytään budjettiin tulleet muutokset tuotejohtajalla. Valmis budjetti annetaan suunnittelijoille, ja he voivat aloittaa suunnittelutyön. Budjettiin voidaan tarvittaessa lisätä tai sieltä voidaan poistaa tuotteita suunnitteluprosessin edetessä.

Suunniteltava Ski-mallisto on kompakti viikonloppumallisto, joka sisältää tarvittavat tuotteet lasketteluviikonloppua varten sekä miehille että naisille. Koska mallistossa on vain yksi kunkin tuotetyypin tuote, ei tuotteiden päällekkäisyyttä tarvitse miettiä. Budjetissa keskitytään kokoamaan edullinen mutta kattava viikonloppumalliston runko. Opinnäytetyön yhtenä tavoitteena on kaupallisen suunnitteluprosessin hahmottaminen, joten sain tehtäväksi laatia ehdotelman ski-malliston budjetista tuotepäällikölle.

Ski-malliston budjetti perustuu edelliseen talvisesonkiin eli talveen 2013–2014. Budjettiehdotelma on tehty sesongin Ski-malliston tuotteiden ja Icepeakin yhteisen materiaalikartan avulla. Ehdotelmassa on sekä naisten että miesten mallistot, ja molemmat sisältävät takin, housut, välikerrostakin, aluskerraston ja asusteet. Miesten ja naisten ehdotelmat ovat materiaaleiltaan ja tuotetyypeiltään hyvin samankaltaiset, joten kuvassa (kuvat 2, 3) on esitetty naisten budjettiehdotelma.

Ski-malliston suunnittelu Icepeak-tuotemerkille

Budjetti / Ski / W / 2014-2015			
Product+price	Material	Features	Details
Jacket			
A 129 e printtitakki	Q523 Printed, 100%PES 5000mm/5000 mvp	recco reflectors taped seams Detachable waistgaiter	Tuuletusaukot etutaskut näkyvällä ketjulla etuketju läpällä vähän saumoja
B 99 e vanutakki	Q523 100%PA WR, cire finishing surface	reflectors fixed waistgaiter	Tuuletusaukot etutaskut näkyvällä ketjulla etuketju näkyvissä
C 129 e (99) Parka	Q525(nordic nature) 100%PES peached, lamination 10 000mm/ 5000 mvp	reflectors taped seams	Tuuletusaukot (tarvitaan lisäksi) etutaskut läpällä+ näkyvät ketjut etuketju läpällä
Trousers			
A 99 e	Q538 100%PA 5000mm/5000 mvp	reflectors taped seams	4 xtaskuketju näkyvissä tarrat vyötäröllä lahjepalat vetoketju+ tarra lahkeessa
B 99 e	Q535 94% PES 6 % EL 4-way stretch 5000mm/5000 mvp	taped seams	2 xtaskuketju näkyvissä lahjepalat vetoketju takana lahkeessa

Kuva 2. Naisten budjettiehdotelma 1/2

Budjetti / Ski / W / 2014-2015			
Product+price	Material	Features	Details
Midlayer			
A 29 e printfleece	Q667 Printed, 100%PES printed micro fleece, brushed inside, thermal antipilling, 260 g		kaulus+lyhyt ketju sivusaumat
B 7e Hoodie	Q619 100% PES fleece therman, antipilling, 280 g		Huppu etuketju+ taskuketjut näkyvissä
Shirt+ tights			
A 19e/ shirt 24e/ tights	Q584 90%PES, 10% EL cooltech, micro fibre, brushed inside, 220g		2 värinen 2 saumaa ed.2 tak.
B 7/shirt 7/tights	Q658 (x-treme) 92%PES, 8% EL melange, quick dry, 210 g		vetoketjullinen tasku (ei tarvitse) 1 värinen
Knit cap			
A 9 e	Q579 100% PAN		1 värinen
B 15 e	Q579 100% PAN		2 värinen, tupsu+ resori label
C 19 e	Q693 100% PAN		2 värinen, tupsu+ resori kuvioneule label

Kuva 3. Naisten budjettiehdotelma 2/2

Ensimmäisessä sarakkeessa on tuotetyyppi- ja hintaryhmäehdotus. Jokaiselle tuotepaikalle on ehdolla kaksi tai kolme eri mallia, jotka on nimetty sarakkeeseen kirjaimin suunnitteluprosessin seuraamisen helpottamiseksi. Toisessa sarakkeessa ovat materiaalitiedot, jotka on merkitty siten, että materiaalinumero on punaisella ja sen alapuolella on kyseisen materiaalin tiedot. Kolmannessa sarakkeessa on kuvailtu ominaisuudet, jotka kyseisen hintaluokan tuote on sisältänyt edellisessä sesongissa. Neljännessä sarakkeessa on kuvailtu mallin yksityiskohtia, kuten vedenpitävät vetoketjut.

Budjettiehdotelma käytiin läpi tuotepäällikön kanssa. Tuotepäällikkö ohjasi budjettia erityisesti materiaalien ja hinnan kannalta ja ehdotti vaihtoehtoisia tuotteisiin sopivia materiaaleja. Tuotepäällikkö perusteli ehdotuksensa eri laatujen kaupallisella menestyksellä edellisessä sesongissa.

Valmiissa budjetissa (kuva 4) on määritelty suunniteltavan tuotteen hinta, materiaali ja tuotteen sisältämät ominaisuudet. Tuotepäällikön ehdottamat uudet materiaalit on merkitty keltaisella.

Budjetti / Ski / W / 2014-2015			
Product+price	Material	Features	Details
Jacket A 129 e printtitakki	Q515 100% PES mechanical stretch, WR, lamination, Ictech10 000mm/5000 mvp	recco reflectors taped seams Detachable waistgaiter	Tuuletusaukot etutaskut näkyvällä ketjulla etuketju läpällä vähän saumoja
Trousers B 99 e	Q535 94% PES 6 % EL 4-way stretch 5000mm/5000 mvp	taped seams	2 xtaskuketju näkyvissä lahjepalat vetoketju takana lahkeessa
Midlayer 39 e	Q684 92% PES 8% EL thermostrech	reflectors	etutasku näkyvällä ketjulla kiinteä huppu
Shirt+ tights B 39 e	Q658 (x-treme) 92%PES, 8% EL melange, quick dry, 210 g		vetoketjullinen tasku (ei tarvitse) 1 värinen
Knit cap A 9 e	Q579 100% PAN		1 värinen

Kuva 4. Naisten malliston budjetti

Naisten takin materiaaliksi valittiin toimikassidoksen ansiosta joustava ja kaunis pintakuviainen polyesteri Q515. Housuiksi valittiin vaihtoehto B, jossa kangaslaatu on Q535. Q535 on elastaania sisältävä neljään suuntaan joustava polyesterikangas. Välikerrostakkiin valittiin laatu Q684, joka on thermostrech-materiaali. Aluskerrastoon valittiin vaihtoehto B, jonka kangaslaatu Q658 on napakkaa ja joustavaa sekoitekangasta. Tämä kangaslaatu on ollut käytössä edellisessä sesongissa Outdoor x-treme -mallistossa. Pipoksi valittiin vaihtoehto A, jonka materiaali on edullinen akryyli eli laatu Q579.

Malliston suunnittelun aloittaminen budjetin laatimisella oli uusi asia. Muissa tekemissäni suunnitteluprojekteissa suunnittelu on aloitettu tehtävänannolla, jossa on kuvailtu haluttu lopputulos. Saamani tehtävänannot ovat olleet paljon vapaamuotoisempia: niissä on määritelty yleensä vain tuotetyppi, esimerkiksi miesten pitkä takki, ja materiaali. Icepeakin toimintapa pohjaa vahvasti edelliseen vastaavaan sesonkiin ja tuotteen hintaan. Hintaryhmän määrittely ennen tuotteen suunnittelun aloittamista oli kokonaan uusi asia. Tuotteen hintaa ja siihen vaikuttavia tekijöitä on mietitty muissakin suunnitteluprojekteissa, mutta asia on otettu esille suunnitteluprosessin myöhemmissä vaiheissa yleensä ensimmäistä prototyyppiä tarkasteltaessa. Tuotteen suunnittelu suoraan tiettyyn hintaryhmään rajaa suunnittelijan valinnanvapautta malliston luomisessa, mutta samalla se ohjaa suunnittelua suoraan halutunlaiseen hintaryhmän ja kohderyhmän tavoittamiseen.

3.2 Ideapalaveri

Ideapalaveri pidetään malliston suunnitteluprosessin alkuvaiheessa. Ideapalaverissa keskustellaan uuden sesongin muotokielestä ja tyylistä. Kettusen (2001, 81.) mukaan muotokielen ja konseptin tyylin määrittely tehdään siksi, että tuotekehitysryhmä saataisiin yksimieliseksi muotoilun tavoitteista. Tyylin määrittelyä voidaan käyttää apuna myös keskusteltaessa asiakkaan tai yrityksen johtoryhmän kanssa yhteisestä päämäärästä.

Icepeak-tuotemerkillä ideapalaveriin osallistuvat suunnittelija, tuotepäällikkö ja tuotejohtaja. Palaverissa suunnittelija esittelee uuden suunniteltavan malliston teeman, muotokielen, visuaaliset vaikutteet ja värimaailman haluamallaan tavalla. Suunnittelija esittelee ajatuksensa uudesta sesongista yleensä taulujen avulla. Tauluissa voi olla mukana jo tarkkojakin yksityiskohtia, esimerkiksi millaisia vetoketjuja uudessa mallistossa tullaan käyttämään. Tärkeintä on esitellä ja myydä sesongin uudet ideat ja teema tuotepäällikölle ja tuotejohtajalle.

Ideapalaveriin tehtävä malliston muotokielen esittely voidaan rakentaa erilaisten visuaalisten esitysten avulla. Kettunen esittelee vaihtoehtoisiksi elämäntapataulun ja muotokielitaulun. Elämäntapataulu on suunniteltujen kohderyhmien visuaalinen kuvaus. Taulu välittää tunnetta, joka vetoaa kohderyhmään. Taulun välittämä tunne voi olla esimerkiksi rauhallisuus. Muotokielitaulussa on puolestaan esitetty tuotteita, jotka ovat saavuttaneet halutun tunteen ja sopivat kohderyhmän arvoihin. Muotokielitaulun esimerkit voivat olla mistä tahansa tuotteesta, laitteesta tai graafisesta elementistä. (Kettunen 2001, 81 - 82.)

Icepeakilla ideapalaverissa esitettävät taulut ovat usein elämäntapataulun ja muotokielitaulun yhdistelmiä. Ideat malliston muotokielestä esitellään kuitenkin lähes poikkeuksetta ainoastaan vaatetusmaailman esimerkkien avulla. Ideataulussa on mausteena kuvia teemaan sopivista aiheista, mutta sen kuvien pääpaino on valmiilla halutun lopputuloksen saavuttaneilla tuotteilla. Tauluissa esiintyvät henkilöt viestittävät malliston kohderyhmän elämäntapaa ja tyyliä.

Ideapalaverissa esitellään myös ehdotukset malliston värimaailmasta. Värit voidaan esitellä esimerkiksi kangastilkuilla tai Pantone-järjestelmän värikkien lappujen ja Pantone-koodien avulla. Icepeakilla sesongin värit katsotaan mahdollisilta osin yhtenäisiksi tuotemerkin suunnittelijoiden kesken, jotta tehtaiden minimivaatimukset tulevat täyteen. Kankaissa ja erityisesti tarvikkeissa ja vuorimateriaaleissa on aina minimivaatimuksia. Minimivaatimusten täyttämiseksi useamman suunnittelijan tulee käyttää samaa väriä tai yhden suunnittelijan tulee käyttää sitä tarpeeksi monessa tuotteessa.

Mallistojen värien määrittelyn jälkeen tehdään sesongin master-värikartta, jossa jokaisella värillä on annettu sesonkikohtainen numero. Tätä värinumeroa käytetään aina, kun halutaan kertoa värin olevan juuri tätä pantonekoodia vastaava sävy. Näitä lyhyitä värinumeroita käytetään kertomaan väri-informaatio erilaisissa dokumenteissa, kuten tuoteohjeissa ja workbookissa eli katalogissa. Jokaisessa sesongissa mukana olevilla väreillä eli general-väreillä, kuten mustalla ja valkoisella, on sama pantone-koodi ja värinumero joka sesongissa.

3.2.1 Urheiluvaatemessut

Messut ja ideamatkat ovat merkittävä osa kaupallista suunnitteluprosessia. Urheiluvaatetuksen tärkeimmät talvisesongin messut ovat ISPO-messut, jotka järjestetään vuosittain tammikuussa Saksassa.

ISPO MUNICH -messut ovat johtavat kansainvälisen urheiluliiketoiminnan messut. Messuilla on yli 2400 kansainvälistä näyttelleasettajaa, jotka esittelevät kattavan valikoiman urheilumerkkejä, -jalkineita ja -muotia. Messuilla on esillä niin outdoor-, ski-, action- kuin performance-urheilua. (ISPO MUNICH.) Messuista on saatavilla raportteja myös trendiennustepalveluissa.

Icepeakin suunnittelijat ja tuotepäällikkö käyvät messu- ja ideamatkoilla jokaista sesonkia varten. Messuilla käynti on työskentelytapana kaupalliseen ja trendikkääseen mallistoon tähtäävä. Icepeak haluaa tarjota kuluttajille maailmanlaajuisiin trendeihin pohjautuvia urheiluvaatteita, joissa on funktionaalinen design ja rohkeat värit (Icepeak 2013). Brändin trendikkään tyylin ja kaupallisuuden vuoksi suunnittelutyö pohjataan vahvasti messuilta ja ideamatkoilta hankittuun materiaaliin.

3.2.2 Trendiennustepalvelut

Messujen ja ideamatkojen lisäksi mallistoihin haetaan ideoita trendiennustepalveluista. Trendiennustepalvelut tarjoavat tietoa tulevista trendeistä. Tarjolla on ideoita väreistä, teemoista, tuotetyypeistä sekä kuoseista ja printeistä.

WGSN on vuonna 1998 perustettu muoti- ja design-ennusteita tarjoava yritys. Yritys on maailman johtava trendiennusteiden ja analyysien tekijä,

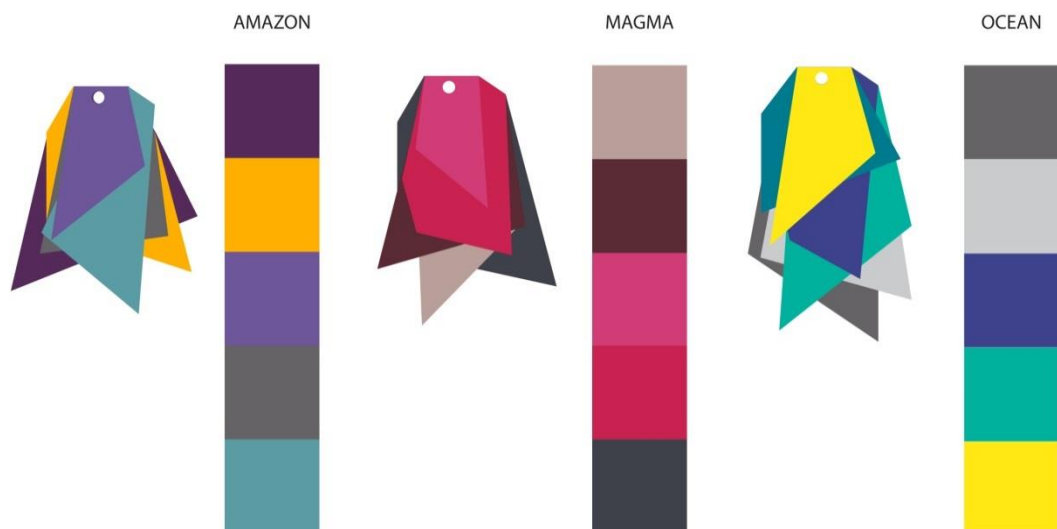
ja sen palveluksessa työskentelee yli 300 toimittajaa ja designeria. (WGSN 2013). MPDClick on nykyisin WGSN:n omistama trendiennustepalvelu, joka tarjoaa trendiennusteita erityisesti ammattilaisille. Yritys tarjoaa vaate-, väri- ja grafiikkaennusteita ja esimerkkejä sekä raportteja alan mesuilta. (MPDClick 2013)

3.2.3 Ski-malliston ideataulut ja värikartat.

Ski-malliston ideataulut (kuvat 5 ja 7) esittelevät malliston teeman ja tyylin. Malliston värimaailman ehdotukset on koottu myös erilliselle sivulle (kuvat 6 ja 8).



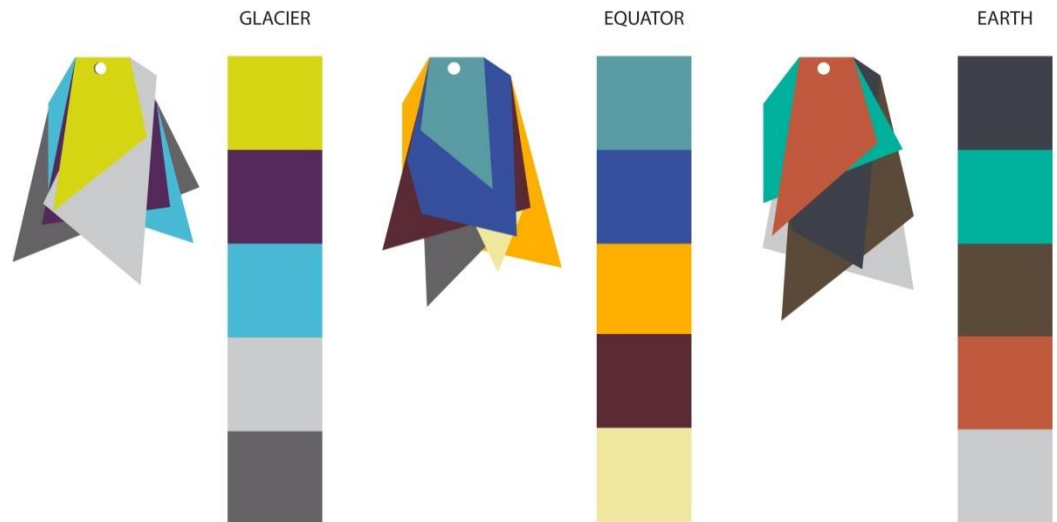
Kuva 5. Naisten ideataulu (kuvat MPDClick)



Kuva 6. Naisten värimaailman ehdotukset



Kuva 7. Miesten ideataulu (kuvat MPDClick)



Kuva 8. Miesten värimaailman ehdotukset

Ski-malliston ideataulujen tekemisessä käytin avuksi trendiennustepalvelu MPDClickiä. Hain palvelusta suunnittelutyön pohjaksi talven 2013–2014 urheiluvaatetrendit. Käytin suunnittelutyössä apuna myös MPDClickin tarjoamaa messuraporttia ISPO 2013 -messuilta. Messuraportti koostui valokuvista messuilla esillä olleista tuotteista. Kuvat oli jaoteltu miesten ja naisten tuotteisiin. Raportista oli mahdollista hakea kuvia myös vaatekapaleen nimellä. Raportti sisälsi kuvia muun muassa Bognerin, Burtonin, Haltin, Peak Performancen sekä Helly Hansenin mallistoista.

3.2.4 Icepeakin palaute ideatauluista ja värikartoista

Tuotepäällikön mukaan malliston ideataulujen esittelemä tyyli oli liian kaukana Icepeakin tyylistä. Tuotepäällikkö kertoi ideataulujen tyylin olevan Icepeakille liian street-henkinen, koska ideatauluista tuli mieleen liian monta lumilautailumerkkiä eikä Icepeak-tuotemerkin Ski-mallisto. Minua neuvottiin suuntaamaan suunnittelutyö selkeästi siten, että teen sitä Icepeak-brändille. Tuotepäällikkö kehotti tutkimaan hiihtovaatteiden tyyliä aikaisemmista Icepeakin mallistoista sekä muiden merkkien hiihtomallistoista.

Tuotepäällikkö piti naisten värikartan värejä liian erikoisina. Minua neuvottiin huomioimaan tarkemmin aiempien Icepeakin Ski-mallistojen värimaailma. Tätä perusteltiin sillä, että malliston värimaailmaa ei voi viedä kerralla näin erilaiseen suuntaan, sillä malliston värikartassa tulee aina olla myös asiakkaille tuttuja värejä. Tuotepäällikkö kehotti valitsemaan malliston värikartaksi joko Amazonin tai Magman ja supistamaan värikartan muutamaa huolella valittuun väriin. Tuotepäällikkö neuvoi käyttämään väreistä Pantone-koodeja, jotta voimme tarkastella aina tarkkaa värisävyä.

Tuotepäällikön mielestä miesten värikartan sävyt ovat liian murrettuja. Icepeak-tuotemerkin värit erityisesti Ski-mallistossa ovat kirkkaita. Ehdotetut värimaailmat poikkeavat liiaksi brändin aiemmista mallistoista. Tuotepäällikkö huomautti, ettei brändin tyyliä voi muuttaa kerralla näin radikaalisti. Tuotepäällikkö kertoi myös, että kirkkaat värisävyt toistuvat paremmin edullisimmissa kangaslaaduissa kuin murretut sävyt. Minua neuvottiin tarkastelemaan Icepeakin aiempien Ski-mallistojen värityksiä ja luomaan mallistolle värikartta, joka pohjaa vahvasti Icepeakin värimaailmaan. Tuotepäällikkö neuvoi tarkastelemaan myös, millaisia uusia väriyhdistelmiä muilla merkeillä, kuten Adidaksella, on merkkien omista perusväreistä. (Lari, henkilökohtainen tiedonanto. 13.4.2013)

3.2.5 Palautteen vaikutukset värikarttoihin ja ideatauluihin

Saamani palaute vei malliston suunnittelua kohti Icepeakin tyyliä. Perusteltu miesten värimaailman tyrmäys sai tutkimaan Icepeakin mallistojen värejä vielä tarkemmin. Huomasin lähteneeni värimaailman suunnitteluun liiaksi trendivärien pohjalta. Oivalsin, että on ensiarvoisen tärkeää tuntea malliston tilaajan eli Icepeakin aiemmat mallistot ja päivittää ne uusien trendien mukaan. Tuotepäällikön neuvo Pantone-koodien käytöstä suunnittelutyössä heti suunnitteluprosessin alusta alkaen oli hyvä. Pantone-koodien käyttö ei ollut kokonaan uusi asia, mutta Pantone-järjestelmän kalliin hinnan vuoksi sen käyttö esimerkiksi kouluympäristössä on rajallista. Aiemmissa projekteissani värit on määritelty materiaalitilkkujen avulla ja sen jälkeen tilkuille on etsitty vastaavat Pantone-koodit. Nyt käytössäni oli virallinen Pantone-kirja, josta sain etsiä haluamani värisävyt pieninä pahvitilkkuina, joissa on värialue sekä värin koodi.

Malliston tyylin totaalinen torjuminen tuntui vaikeammalta sulattaa, koska olin tietoisesti pyrkinyt suunnittelemaan lasketteluhenkisen malliston. Tuotepäällikön tietämys brändin tyylistä on laaja, ja tätä tietotaitoa on syytä käyttää hyväksi suunnittelussa. Ajatusten uudelleen suuntaamisessa suurena apuna oli tuotepäällikön ehdottama muutamien klassisten laskettelu-merkkien tutkiminen sekä Icepeakin aiempien mallistojen tutkiminen.

Kuva Paris Hiltonista laskettelemassa (Kuva 9) auttoi ymmärtämään, mikä tyyliiselle naiselle Ski-mallistoja suunnitellaan. Naisten lasketteluvaatteiden tyyli on naisellista ja muodikasta, mutta silti sporttista. Naisten Ski-malliston tuotteissa leikkauksien tulee olla vartalon muotoja korostavia mutta samalla myös funktionaalisia. Ymmärsin, että malliston takana tulee olla vahvasti Icepeakin paikka ja tyyli urheiluvaatemerkkien kategoriassa sekä urheiluvaatteiden uudet ideat. Suunnittelijan tehtävä on etsiä tuotemerkin mallistoon sopivat tuoteideat ja trendit ja luoda niiden avulla mallisto.



Kuva 9. Paris Hilton laskettelemassa

Malliston suunnittelu ilman teemaa ja tarinaa tuntui vieraalta toimintatavalta. Aiemmat suunnitteluprosessini ovat olleet vahvasti teemallisia ja pohjanneet malliston kertomaan tarinaan. Aloitin suunnitteluprosessin teemallisen malliston suunnittelulla, mutta ideapalaverissa minulle selvisi tämän olevan tähän projektiin sopimaton työskentelytapa. Icepeakilla malliston ideoinnin takana tulee aina olla vahvasti Icepeakin tyyli urheiluvaa-temerkkien kategoriassa sekä urheiluvaatetuksen trendit. Mallistoilla ei odoteta olevan teemallisia eikä tarinallisia piirteitä.

3.3 Kuvapalaveri

Kuvapalaverissa ovat paikalla suunnittelija, tuotepäällikkö sekä tuotejohtaja. Suunnittelija ja tuotepäällikkö ovat yhdessä käyneet ennen tätä tapaamista läpi ehdotettavat ideat. Kuvapalaverin tarkoituksena on esitellä jo olemassa olevien tuotteiden kuvien avulla suunniteltavien tuotteiden ulkonäkö ja saada sille hyväksyntä ennen kuin itse tuotteen piirtäminen Illustration-ohjelmalla aloitetaan. Tämä työskentelytapa ohjaa mahdollisimman tehokkaaseen suunniteltutyöhön, jossa jo piirrettyjä malleja hylätään mahdollisimman vähän.

3.3.1 Ski-malliston ideakuvat

Ski-malliston ideakuvien kerääminen alkoi jo heti malliston suunnittelun alussa. Kun malliston budjetti oli valmis ja tiesin, mitä tuotteita mallisto tulee sisältämään, lajittelin ideakuvat tuotetyypin mukaan nimettyihin kan-

sioihin. Tässä vaiheessa oli helppo tarkistaa, että kaikista suunniteltavista tuotteista oli kerätty ideakuvia.

Käytin ideakuvien lähteenä erityisesti MPD-klickin tarjoamaa messuraporttia ISPO 2013 -messuilta, koska tiesin että Icepeakin suunnittelijat käyvät näillä messuilla ennen kuin aloittavat talvisesongin suunnittelun. Messuraportti ei tietenkään vastaa messuilta saatua kokonaiskuvaa alan senhetkisistä trendeistä ja muutoksista mutta tarjoaa kattavan katsauksen ajankohtaisista talviurheilutrendeistä.

Tein jokaisesta suunniteltavasta tuotteesta kuvasivun (kuva 10), jossa on esitelty 2–3 mielestäni kyseiselle tuotepaikalle sopivaa ideaa. Ideoille on annettu kirjainkoodi prosessin seuraamisen helpottamiseksi. Naisten housuiksi ehdotin vaihtoehtona A kuosillisia housuja, vaihtoehtona B suoria housuja, jossa yksityiskohdat ovat tehostevärillä, sekä vaihtoehtona C kapeita yksivärisiä housuja.

A. Leveämmät housut
kuosillinen malli.

kuosia vain joissakin osissa tuotetta.



B. Leveämmät housut
kaksivärinen housu.
tuotteen trimmit tehostevärillä
rennompi malli



C. Kapeat housut
yksiväriset housut
koristeleikkauksia polvissa
levenevät lahkeet
naisellinen malli



Kuva 10. Ideakuvia naisten housuista (kuvat MPDClick)

Miesten takiksi ehdotin kolmea erilaista vaihtoehtoa (kuva 11): Vaihtoehto A on parkatakki, jossa on urheilullisen ja teknisen näköisiä yksityiskohtia. Vaihtoehto B on puolestaan kaksivärinen takki, jossa yksityiskohdat on tehty tehostevärein. Kolmas vaihtoehto C on kuosillinen takki, josta tarjolla oli kaksi erilaista ideavariaatiota: C.1 struktuurillinen kuosi ja C.2 orgaanisia pintoja, kuten männyn kaarnaa muistuttava kuosi.

Ski-malliston suunnittelu Icepeak-tuotemerkille



Kuva 11. Ideakuvia miesten takista (kuvat MPDClick)

Miesten pipoksi (kuva 12) ehdotin vaihtoehtona A urheilullista kaksiväristä pipoa, jossa olisi epätasainen raidoitus sekä vaihtoehtona B rennompaa kirjavalankaista pipoa.



A. Pipo
2-3 värinen
epätasainen raidoitus
sporttisempi malli
label



B. Pipo
1 värinen
kirjava lanka
taitettava reuna
casualimpi malli

Kuva 12. Ideakuvia miesten piposta (kuvat MPDClick)

3.3.2 Palaute ideakuvista

Tuotepäällikkö piti malliston ideakuvia enemmän Icepeakin tyylinä kuin malliston ideatauluja. Tuotepäällikkö sanoi, että mallisto oli lähtenyt ke-

hittymään oikeaan suuntaan. Tuotepäällikkö korosti mallistoajattelua ja eri materiaalien ja tarvikkeiden minimimääriä. Esimerkiksi nauhaa tulee käyttää yksityiskohtana useammassa tuotteessa, sillä muuten sen suuri minimimäärä ei tule täyteen.

Naisten housujen ideoista tuotepäällikkö valitsi vaihtoehdon C eli kapeat housut. Tuotepäällikön perusteli valinnan sillä, että kapeat housut sopivat pariksi malliston kapealinjaisen takin kanssa, mikä on tärkeää suunniteltaessa mallistoa. Koristeleikkaukset tai tikkaukset polvessa olivat tuotepäällikön mielestä hyvä idea, koska lasketteluhousuissa pitääkin olla polvessa muotoa. Tuotepäällikkö neuvoi kuitenkin huomioimaan housujen suunnittelussa sen, että tuotteen hinta ei nouse koristeleikkausten tai tikkausten takia määriteltyä hintaa korkeammaksi. (Lari, henkilökohtainen tiedonanto. 26.4.2013.)

Miesten takkien ideoista tuotepäällikkö valitsi vaihtoehdon C.1 eli struktuurillisen kuositakin. Tuotepäällikkö piti ideoita A. parkatakki ja C. kuosillinen takki hyvinä. Tuotepäällikön mielestä parkatakin täytyisi kuitenkin olla urheilullisemmän näköinen, koska klassinen parkatakki ei ole ski-malliston tuotetyyppi. Tuotepäällikkö piti kuositakkia struktuurillisella printillä todella hyvänä ja uutena idea. Hän neuvoi valitsemaan ehdottomasti sen ja aloittamaan kuosin työstämisen. (Lari, henkilökohtainen tiedonanto. 26.4.2013.)

Miesten pipojen ideoista vaihtoehto B eli käännettäväreunainen pipo oli tuotepäällikön mielestä hyvä idea, koska erityisesti pipon lanka oli todella onnistunut idea. Tuotepäällikkö piti myös pipon merkistä, joka näytti edulliselta ja kivalta. Raidallinen pipo, vaihtoehto A, oli tuotepäälliköstä myös kiva idea, mutta ei ideana kuitenkaan niin uusi kuin käännettäväreunainen pipo. Tuotepäällikkö kertoi, että tekonahka- tai nahkamerkki on aina kalliimpi kuin kudottu merkki, joten esittelemäni kudottu merkki on erittäin sopiva mallistoon. (Lari, henkilökohtainen tiedonanto. 26.4.2013.)

3.3.3 Palautteen vaikutukset mallistoon

Kuvapalaveri selkeytti malliston tyyliä. Kuvapalaverissa vahvistettujen kuvien pohjalta oli luottavaista lähteä piirtämään malleja. Sekä taitettavareunainen pipo että struktuurillinen kuositakki olivat tuotepäällikön mielestä todella hyviä ideoita. Odotin pipon olevan liian rento ski-mallistoon ja yllätyin positiivisesti, kun idea meni läpi. Pipo oli tuotteena yksi kiivoimmista löytämistäni ideakuvista. Onnistunut kuvapalaveri toi suunnitteluprosessiin uutta intoa ja energiaa.

Tuotepäällikön palautteessa tuli edelleen yllätyksenä se, että naisten mallistossa tyylin täytyy olla todella naisellinen. Naisten ideakuvia oli ollut vaikeampi löytää kuin miesten. Tuotepäällikön mukaan naisten tuotteiden tyylin tulisi olla naisellinen ja sporttinen, mutta sen pitäisi sopia silti mahdollisimman monelle naiselle. (Lari, henkilökohtainen tiedonanto. 26.4.2013.) Vaikeinta oli suunnitella naisellinen tyyli niin, että tuote olisi mielestäni vielä tyylikäs ja pystyisin seisomaan suunnittelemani tuotteen takana. Suunnittelijan mieltymykset eivät ole suunnittelun lähtökohtana,

mutta suunnittelijalla odotetaan olevan selkeä oma tyyli. Oivalsin, että minulle suunnittelijana ominaisempi selkeä ja kulmikas tyyli on helpompi toteuttaa miesten kuin naisten mallistoon. Tämän takia naisten malliston työstämisessä minun tulee kiinnittää erityistä huomiota tuotteiden muotokieleen ja tyyliin.

3.4 Mallistopalaveri

Mallistonpalaverissa käydään läpi ideakuvien pohjalta piirretyt tuotekuvat malliston tuotteista. Mallistopalaverissa ovat paikalla suunnittelija, tuotepäällikkö sekä tuotejohtaja. Adobe Illustrator -ohjelmalla piirretyt tuotekuvat käydään läpi ja mahdollisista muutoksista keskustellaan. Malliston idea on tässä suunnitteluprosessin vaiheessa jalostunut ja tarkentunut, mikä on saattanut tuoda muutoksia kuvapalaverissa esitettyihin ideoihin. Mallistopalaverissa käsitellään myös malliston kuosit. Mallistopalavereita on useita ja tuotekuvien katsominen aloitetaan aina raskaimmista tuotteista eli takeista, koska niiden suunnitteluprosessi on pidempi kuin kevyiden tuotteiden, kuten t-paitojen.

3.4.1 Tuotekuvat

Tuotekuvat ovat Adobe illustrator -ohjelmalla piirrettyjä kuvia malliston tuotteista. Tuotekuvia käytetään mallistopalaverissa, tuoteohjeissa, erilaisissa mallistoa esittelevissä dokumenteissa, kuten workbookissa eli katalogissa.

Icepeakilla kaikki tuotteet piirretään yhteisiin tuoterunkoihin, jotta brändin myyntimateriaali on yhtenäisen ja ammattimaisen näköistä. Esimerkiksi kiinteähuppuiselle ja irrotettavahuppuiselle takille on oma kuvarunko, jotta kaikki takit, joissa on samanlainen rakenneratkaisu, näyttävät yhtenäisiltä. Runkokuvia uudistetaan tarvittaessa, esimerkiksi housumuodin muuttuessa kauttaaltaan kapeammaksi.

Ski-malliston tuotekuvien piirtämistä varten sain käyttööni Icepeakin tuoterungot. Mallien piirtäminen tuoterunkoihin oli helppoa ja nopeaa. Erityisesti erilaisten variaatioiden tuottaminen ja vertailu oli helppoa. Toisaalta yhteiset tuoterungot rajoittivat mallin tyylin esille tuomista. Tuoterunkoa muokkaamalla pystyisi tekemään tuotekuvista malliston hengen mukaisia esimerkiksi piirtämällä kuviin enemmän tuotteessa näkyviä kangaspoimuja (kuva 13).



Omaan runkopohjaan piirretyt naisten kapeat housut

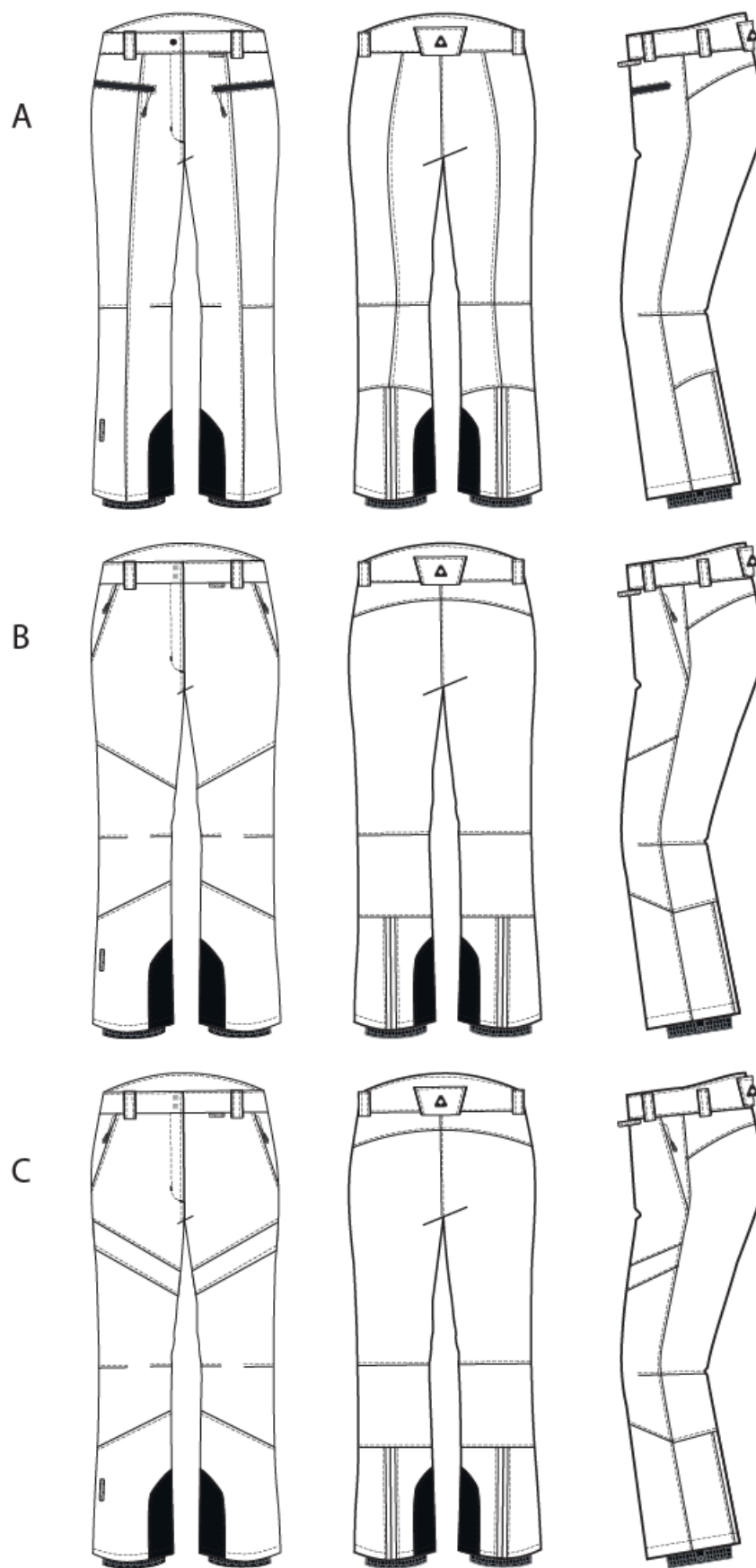
Icepeakin runkopohjaan piirretyt naisten kapeat housut

Kuva 13. Naisten kapeat housut piirrettynä eri runkopohjiin

Yhteisten tuoterunkojen käyttö on useamman suunnittelijan työskennellessä yhdessä kuitenkin ainoa järkevä ja yhtenäisen visuaalisen tyylin tuottava vaihtoehto. Tuotekuvien ulkonäkö ei valmiisiin Icepeakin pohjiin piirrettäessä ole mielestäni niin myyvä kuin kuva voisi olla. Icepeakin myyntimiehillä on kuitenkin aina käytössään mallikappaleet jokaisesta tuotteesta, jolloin asiakas tekee ostopäätöksen tuotteen perusteella. Icepeakilla tuotekuvien tärkein tehtävän on tuotteen ulkonäön visualisoiminen tuotepäällikölle, tuotejohtajalle, kaavoittajalle ja tehtaalle. Tähän tarkoitukseen kuvat sopivat todella hyvin.

3.4.2 Ski-malliston tuotekuvat

Ski-malliston jokaisesta tuotteesta piirrettiin tuotekuvat. Kahden tai kolmen variaation kanssa on hyvä lähteä esittelemään tuotekuvia tuotepäällikölle. Tuotekuvat (kuva 15) on aseteltu paperille samankokoisina ja värisinä, jotta niiden vertaileminen on helppoa.



Kuva 14. Naisten housujen tuotekuva: vaihtoehdot A, B ja C

3.4.3 Icepeakin palaute tuotekuvista

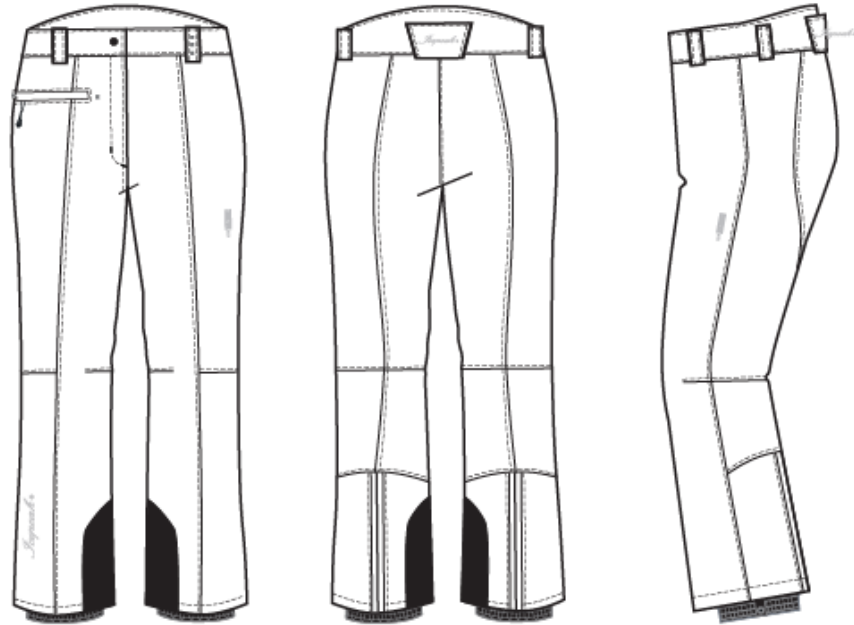
Tuotepäällikön mielestä kaikkien naisten housujen ulkonäkö oli kiva ja naisellinen. Malliston housuiksi valittiin vaihtoehto A naisellisten leikkauksien vuoksi. Tuotepäällikkö neuvoi miettimään tarkasti housujen taskujen koon, koska poikittaisen taskun sarjoutuminen pienimmissä ko'issa tuo taskun luultavasti liian lähelle sivusaumaa tai tasku ei mahdu lainkaan kyseiselle paikalle. Tuotepäällikkö neuvoi huomioimaan myös vetoketjun avautumissuunnan, koska tarkasteltavassa kuvassa taskun vetoketjujen päät tulevat liian lähellä haaraa. Suurehkot ja roikkuvat vetoketjunpäät eivät ole tuotteen käyttäjistä luultavasti mukavat lähellä haaraa. Tuotepäällikkö ehdotti, että jos taskut jäävät esitetylle paikalle, taskuvetoketjut käännetään avautumaan toisesta suunnasta. Pohdimme kuitenkin yhdessä tuotepäällikön kanssa, että näin kapeissa housuissa parempi vaihtoehto voisi kuitenkin olla vain pieni korttitasku, josta minulla oli ideakuva. Tuotepäällikkö piti housujen niittyksityiskohdasta. Niitti ei kuitenkaan voi olla metallia, koska metalli on kallis materiaali. Lisäksi metalli täytyy aina testata, mikä tuo lisäkustannuksia. Pohdimme yhdessä tuotepäällikön kanssa eri materiaalivaihtoehtoja ja päädyimme muoviin, jossa on pinnoite. Tuotepäällikkö neuvoi etsimään valokuvan tällaisesta niitistä, jotta haluttu niitin ulkonäkö saadaan kerrottua niitin ohjeeseen. (Lari, henkilökohdainen tiedonanto. 26.4.2013.)

3.4.4 Palautteen vaikutukset mallistoon

Uutta oli, että lopullisen tuotteen eri koot (naisilla 34–48 ja miehillä 46–58) tulee ottaa huomioon heti suunnittelun alkuvaiheessa. Tuotteen yksityiskohtia, kuten vetoketjuja ja printtejä, ei tule suunnitella liian lähelle tuotteen reunoja, koska muuten ne eivät mahdu pienemmissä ko'issa niille tarkoitettulle paikalle. Tuotekuvat piirretään naisilla koosta 38 ja miehillä koosta 50. Pieniä mallistoja suunniteltaessa tätä asiaa ei ole tarvinnut miettiä. Esimerkiksi muotinäytösten vaatteet toteutetaan aina ainoastaan yhdessä koossa, jolloin tuotteen yksityiskohtien sarjoutumista ei ole tarvinnut huomioida.

Ajatus pienestä korttitaskusta tuntui aluksi ideakuvassa liian epäkäytölliseltä idealta, joten hylkäsin ideakuvan. Olin ajatellut, että housuissa tulee olla kunnollisen kokoiset taskut. Keskustelu tuotepäällikön kanssa avasi kuitenkin uuden näkökulman. Mitoitukseltaan näin tiukassa mallissa taskuissa ei kuitenkaan voisi pitää paljoa tavaraa ilman että tavarat näkyvät ulkopuolelle. Pienen korttitaskun valinnassa auttoi myös lasketteluasun käytön tarkempi pohdinta. Lasketteluasut koostuvat yleensä takista ja housuista. Laskettelutakkia käytetään lasketteluhousujen mutta myös muiden housujen kuten farkkujen kanssa. Lasketteluhousuihin puolestaan pukeudutaan harvemmin ilman takkia, joten tarvittavia tavaroita, kuten puhelinta ja lompakkoa, voi pitää takin taskuissa.

Suunnittelin naisten housuihin siis pienen korttitaskun, jonka vetoketju on sijoitettu siten, että taskun ollessa kiinni vetoketjun vedin on sivusauman puolella. (kuva 15)



Kuva 15. Tuotokuva naisten housuista

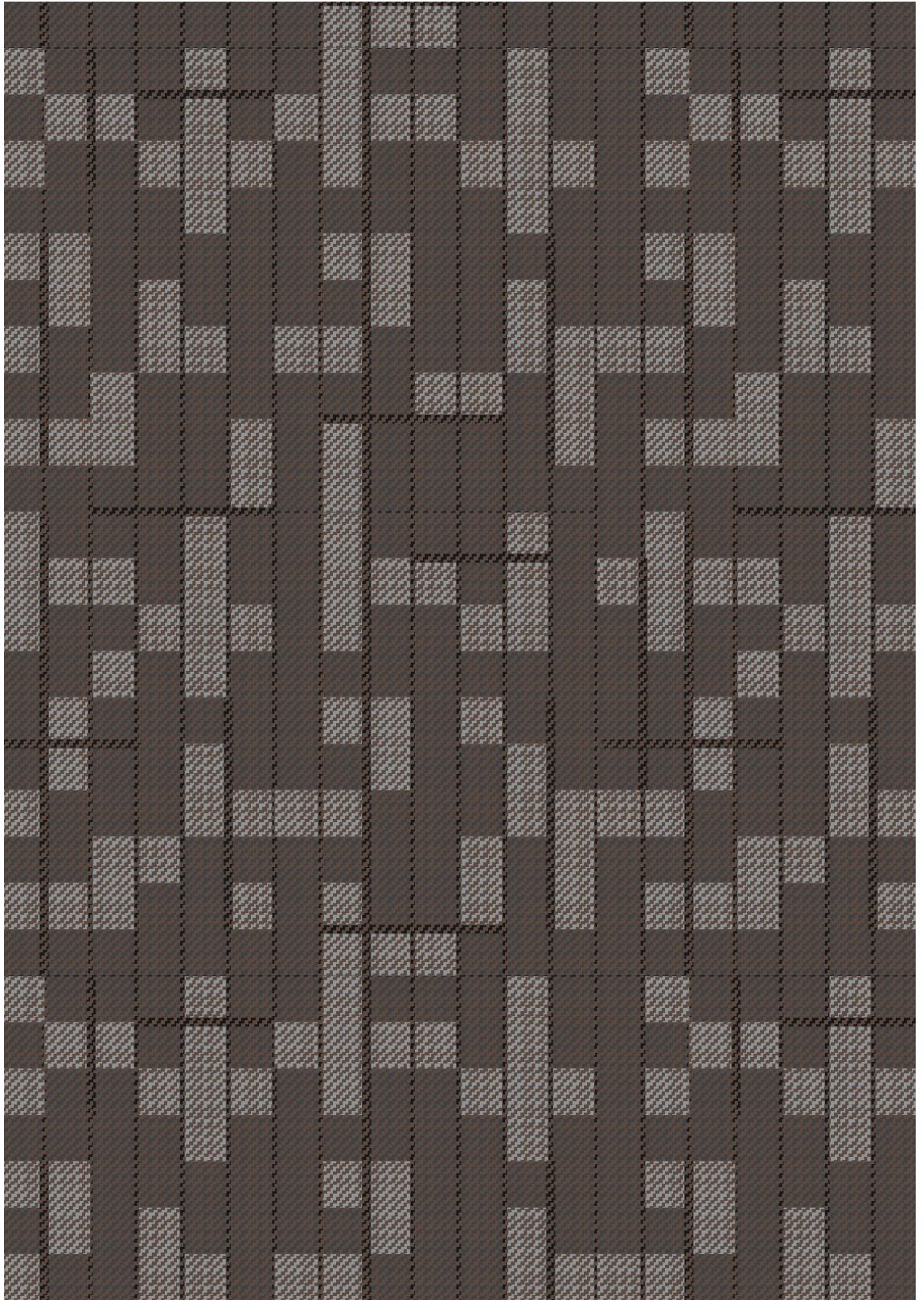
3.4.5 Kuosiehdotukset

Suunnittelin myös Ski-malliston tuotteiden kuosit. Miesten kuositakkaa varten piirsin ideakuvien pohjalta kaksi erilaista kuosia (Kuvat 16 ja 17). Suunnittelin kuosit suoraan raporttiin. Raportin suunnittelussa täytyi kiinnittää erityistä huomiota kolmeen seikkaan: toistumiseen, tulostettavuuteen sekä rotaatiopainokoneen standardikokoihin.

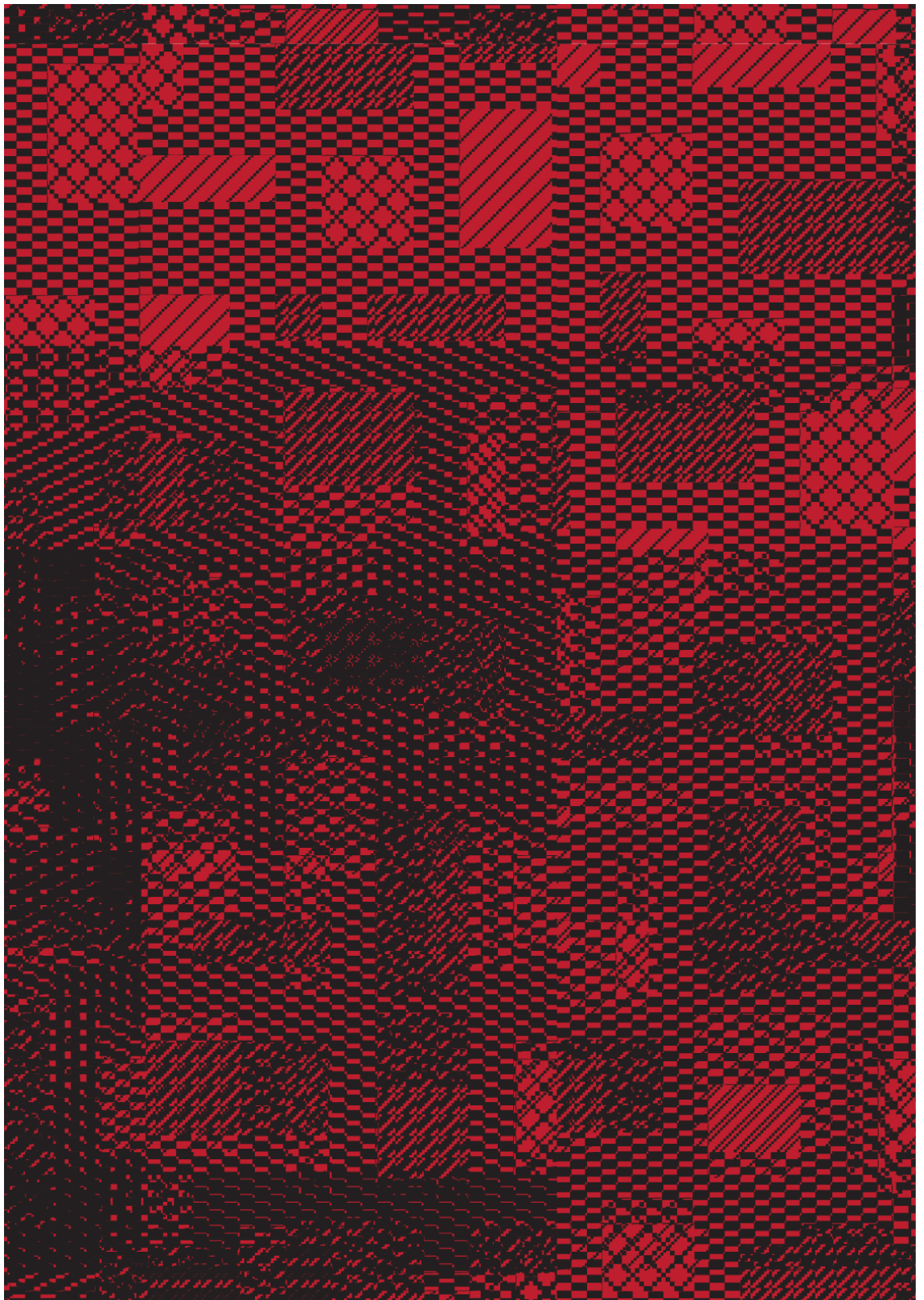
Valitsin raportin koon siten, että raportin toistuminen miesten takissa, jonka takakappaleen pituus on 58 cm, olisi mahdollisimman huomaamatonta. Mitä pienempi raportin koko on, sitä useammin samat kuosin elementit toistuvat pinnalla. Elementtien toistuminen voi kuitenkin olla joko toivottua tai ei-toivottua. Suunnittelemassani kuosissa halusin kuosin elementtien toistumisen näkyvän valmiissa tuotteessa mahdollisimman vähän, joten valitsin suuren raporttikoon.

Toinen huomioitava seikka on paperien standardikoot A4 ja A3, joille raportin on hyvä mahtua, jotta sen tulostaminen sitä työstettäessä ei aiheuta suuria ongelmia. Suuremman raportin tekeminen on mahdollista, mutta jos perusteltua syytä siihen ei ole, on järkevää pidättäytyä standardipaperikoissa.

Kolmas huomioitava seikka on rotaatiopainokoneen standardikoot. Kuosin painotekniikkaa ei tiedetä etukäteen, joten kuosin on aina hyvä olla rotaatiopainoon sopivassa koossa. (Lari, henkilökohtainen tiedonanto. 26.4.2013.) Rotaatiopainorullan ympäryys on 64,2 cm, joten kuosin raportin korkeuden tulee mennä tasan 64,2 senttimetriin. Kuosin raporttikorkeus voi siis olla esimerkiksi 32,1 cm, 21,4 cm, 16,05 cm, 12,84 tai 10,7 cm. Esimerkiksi korkeus 21,4 cm mahtuu kohdistusmerkintöineen hyvin A3-kokoiselle paperille ja on siksi oikein käyttökelpoinen raporttikoko.



Kuva 16. Miesten kuosiehdotus 1 Camo, todellinen kuvan koko 297 cm x 420 cm (A3)



Kuva 17. Miesten kuosiehdotus 2 Struktuuri, todellinen kuvan koko 297 cm x 420 cm (A3)

Kuosien teko teolliseen tuotantoon ei eroa merkittävästi käsinpainettavaksi tarkoitetun kuosin teosta. Tärkeintä on huomioida kuosin jatkuvuus joka suuntaan sekä kohdistaminen. Jos käsinpainanta tapahtuu valotetun seulan

avulla, sekä siinä että teollisen kuosin suunnittelussa valmiista kuosista täytyy tehdä ensin värierottelu. Värierottelussa kuosin jokaisesta väristä tehdään oma mustavalkoinen sivu. Teolliseen kuosiin tämä värierottelu tehdään joko Illustrator- tai Photoshop-ohjelmalla. Esimerkit kuosiohjeesta ja värierottelusta ovat luvussa 3.5.2 Kuosiohjeet.

3.4.6 Icepeakin palaute kuoseista

Tuotepäällikkö piti molempia kuoseja erittäin onnistuneina. Tuotepäällikön mielestä Camo-kuosi oli kivan näköinen, ja hän pyysi säilyttämään kuosin tulevaisuutta varten. Tuotepäällikkö piti kuitenkin struktuuri-kuosiehdotusta vielä parempana, koska kuosi toimii hyvin leikattaessa erikokoisia alueita, kuten hihoja, kaarrokkeita ja rannekkeita. Tuotepäällikön mielestä Struktuuri-kuosin vahvuutena on se, että se on idealtaan ja ulkonäöltään uuden näköinen, mikä on erittäin tärkeää suunnittelutyössä. Tuotepäällikön mielestä olin onnistunut kuosien suunnittelussa erinomaisesti. Minua kehoitettiin vielä tarkastamaan kuosin lopullinen koko skaalaamalla kuosista muutama pienempi ja suurempi versio.

3.4.7 Palautteen vaikutukset kuoseihin

Tuotepäälliköltä saamani positiivinen palaute Ski-malliston kuoseista antoi uskoa siihen, että malliston tyyli on kehittymässä kohti Icepeak-brändin tyyliä. Kuosien suunnittelussa tunsin olevani lähellä teollista työtapaa. Icepeakilla vaadittavat asiat, kuten kuosien tekeminen raporttiin ja kuosin toiminen eri värityksissä, olivat tuttuja asioita aiemmista projekteistani ja tekstiilin sivuaineen opinnoista. Kuosin suunnitteluprosessi ei muutu kovinkaan paljon, tehtiin valmista kuosillista tuotetta sitten yksi tai useampi kappale.

3.5 Proto- ja kuosiohjeet

Prototyyppi on viimeistelty malli, joka muistuttaa toimivaa tuotetta ja soveltuu testaukseen, mutta jonka valmistuksessa on käytetty oikeiden materiaalien sijasta vastaavia materiaaleja (Kettunen 2001,101.) Jokaisesta uudesta tuotteesta tehdään prototyyppi, jotta tuotteen visuaalista ulkonäköä ja istuvuutta voidaan tarkastella. Kuoseista ja printeistä tehdään ohjeet, joiden avulla tehdas valmistaa kuosista handloomin eli näytteen.

3.5.1 Mallikappaleohjeet

Icepeakilla suunnittelija tekee mallikappaleohjeen, jossa hän esittää tuotteen ulkonäön kuvallisesti. Tuotteen saumojen, printtien ja tarvikkeiden paikka määritellään antamalla niiden sijainnille mittoja: esimerkiksi D-242 printin sijainti on 1,5 cm sivusaumasta ja 8 cm lahkeensuusta (kuva 18). Tuotteen materiaaleista ja tarvikkeista tehdään myös resepti exel-ohjelmalla. Reseptiin kirjataan kaikki tuotteessa käytetyt materiaalit, tarvikkeet, kuten vetoketjut ja napit, sekä printit. Mallikappaleohjeissa tuotteen sisä- ja ulkotöiden rakenteet, materiaalit ja värit tulee esittää mahdol-

lisimman yksiselitteisesti. Ohjeistuksen avulla tehdas pystyy valmistamaan mallikappaleen tuotteesta.



Kuva 18. Naisten housujen mallikappaleohje

Mallikappaleohjeiden tekeminen on tarkkaavaisuutta vaativaa työtä. Mallin sisä- ja ulkotöiden rakenne tulee olla mietittynä, ja ne esitetään Illustraattorilla piirrettyjen kuvien ja valokuvien avulla. Tuotteen printtien, merkien ja muiden tarvikkeiden sijainti tulee määrittellä. Vaativimmissa tuotteissa tarvittavien materiaalien ja tarvikkeiden määrä on todella suuri. Esimerkiksi hiihtohousuissa, jotka ovat melko yksinkertainen tuote, (kuva 18) on 31 eri tarviketta tai materiaalia, jotka on määriteltä reseptiin. Jokainen materiaali, tarvike, printti ja merkki on koodattu jollakin kirjainnumeroyhdistelmällä. Värien koodauksessa käytetään sesonkikohtaisia värinumeroita. Koodit helpottavat täsmällistä ja tarkkaa työskentelyä. Lisäksi koodien käyttö vähentää ohjeiden tulkinnanvaraisuutta.

Tässä suunnitteluprosessin vaiheessa Icepeakilla pyritään toimimaan mahdollisimman yhtenäisesti, jotta tuotteet valmistavilla tehtailla olisi tuotteista mahdollisimman selkeät ja yksiselitteiset ohjeet. Huomioitava asia on se, että melkein kaikki on jo suunniteltu ja siten myös piirretty ja ohjeistettu. Aiempien sesonkien ohjeita muokkaamalla ja yhdistelemällä säästää aikaa, kun tuotteen elementtien, kuten tikkausten, piirtämistä ei tarvitse aloittaa alusta.

Suuren kansainvälisen yrityksen, kuten Icepeakin, toiminnassa kansainvälisyys tulee esille mallikappaleohjeita tehdessä. Tuotteen valmistava tehdas ja sen työntekijät eivät näe tuotteen suunnittelijaa. Suunnittelijan on siis pystyttävä kertomaan kaikki tuotteen ulkonäön ja materiaalien kannal-

ta tarpeellinen tieto mallikappaleohjeessa. Ohjeet tehdään englanniksi, joka ei ole suunnittelijoiden eikä tuotteen valmistavan tahon äidinkieli. Viestinnässä on siis hyvä pyrkiä selkeyteen ja käyttää mahdollisimman paljon kuvia. Valokuvan ottaminen esimerkiksi uudenlaisesta hiharakenteesta ja kuvan lähettäminen mallikappaleohjeen mukana on paljon varmempi keino välittää viesti kuin asian selittäminen sanallisesti.

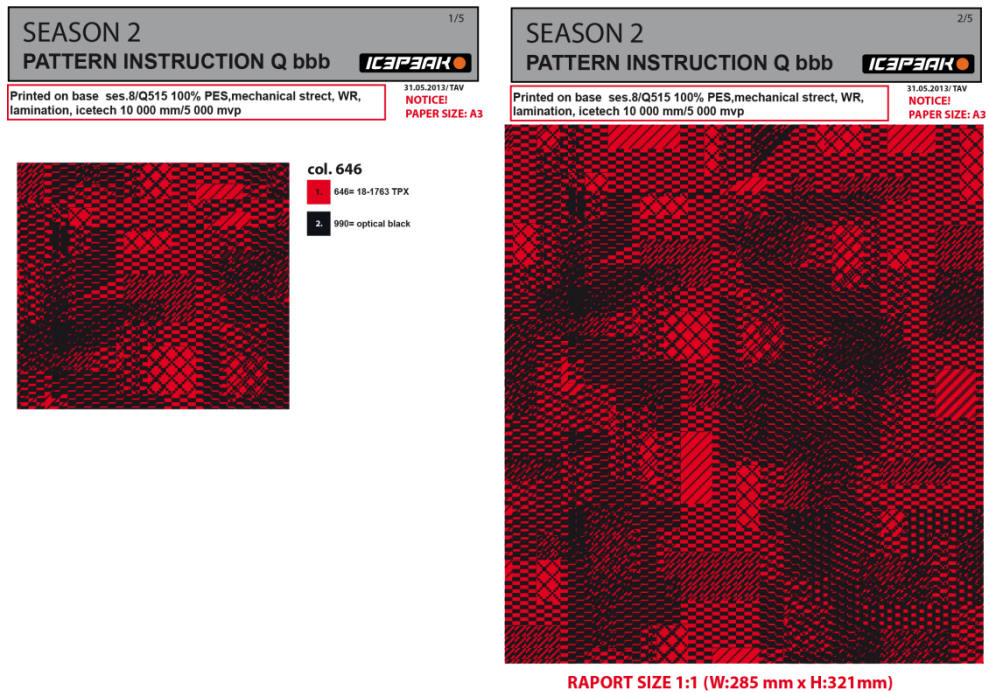
Ymmärsin, että mallikappaleohjeiden tekeminen on tärkeä ja iso osa teollisen suunnittelijan työtä. Icepeakilla mallikappaleohjeet ja reseptit tehdään saman mallin mukaisesti. Mallikappaleohjeiden tekeminen oli haastavaa ja erittäin opettavaista. Olin tehnyt tuoteohjeita esimerkiksi laukuista aiemmissa yhteistyöyritysprojekteissani, mutta vaadittava ohjeiden tarkkuus ja tuotteiden sisältämien tarvikkeiden suuri määrä yllättivät minut. Myös tuotteiden englanninkieliset reseptit aiheuttivat aluksi paljon työtä, koska niiden sanasto ei ollut minulle tuttua. Mallikappaleohjeiden tekeminen sujui kuitenkin alun hankaluuksien jälkeen hyvin, ja seuraavassa projektissa tämä suunnitteluprosessin vaihe vie varmasti huomattavasti vähemmän aikaa.

3.5.2 Kuosiohjeet

Kuoseista ja printeistä tehdään ohjeet. Kuosi- ja printtiohjeet eivät eroa tekotavaltaan toisistaan. Kuosi- ja printtiohjeissa tulee määritellä kuosin värit Pantone-koodien avulla ja haluttu lopullinen koko tai raportti (kuva 19). Ohjeessa tulee olla myös värierottelu (kuva 20). Kuosiohjeissa tulee kertoa myös se, mille kangaslaadulle kuosi painetaan.

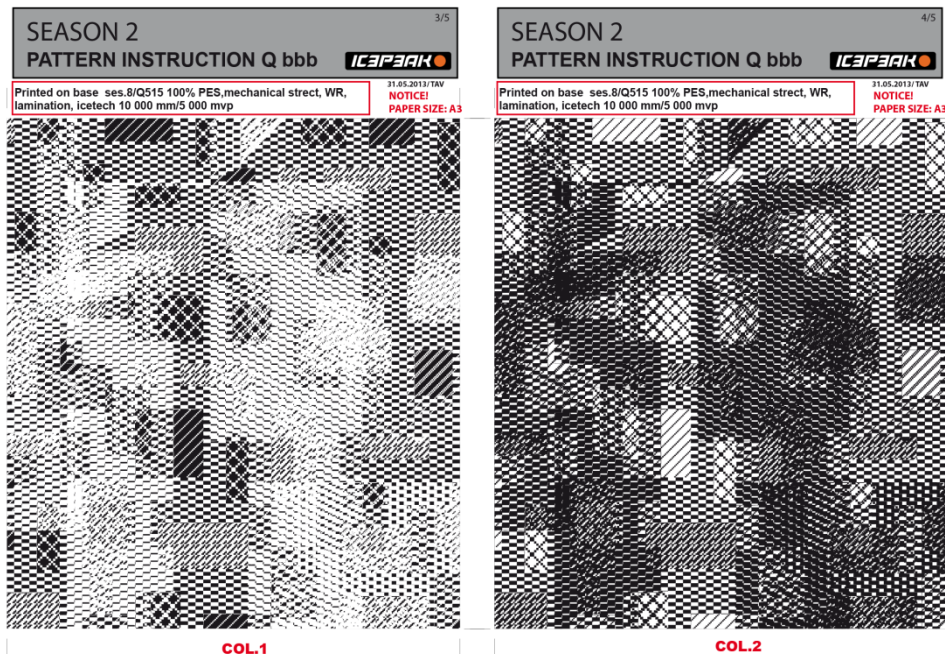
Teollisen ja käsiteollisen kuosiohjeen tekeminen on erilaista siltä osin, että käsiteollisessa tuottamisessa värit määritellään tekemällä niille reseptit, joissa kerrotaan väriin tarvittavien aineiden määrät. Teollisessa tuotannossa värit määritellään Pantone-koodien avulla (kuva 19).

Icepeakilla kuosille annetaan laatunimi, esimerkiksi Q555, ja sen jokaiselle väriykselle annetaan nimeksi parhaiten väritystä vastaava värinumero. Värinumeroksi valittaisiin siis esimerkiksi 646, jos kuosissa on eniten väriä 646.

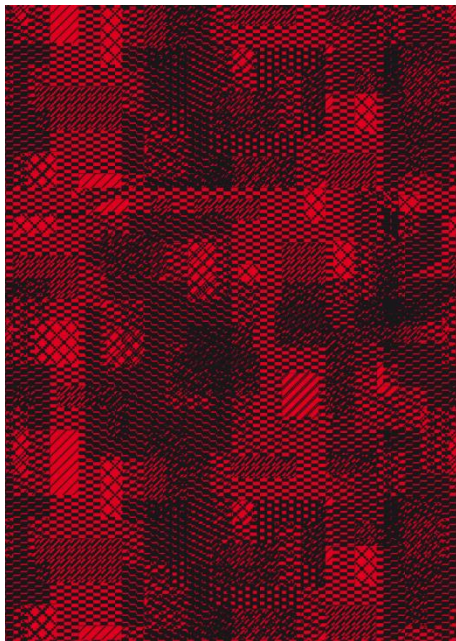


Kuva 19. Kuosiohje sivut 1/5 ja 2/5, värit ja raportti

Kuoseista ja printeistä tulee tehdä myös värierottelu (kuva 20), jossa jokainen väri on erillisellä sivulla mustalla värillä. Jokaisella sivulla on myös kohdistusmerkit, joiden avulla kuosi tai printti voidaan kohdistaa. Kuosiohjeen viimeinen sivu on täytetty kuosilla, jossa haluttu lopputulos näkyy kokonaisuudessaan (kuva 21).



Kuva 20. Kuosiohje sivu 3/5 ja 4/5, värierottelu



Kuva 21. Kuosiohje sivu 5/5, kuosia

4 MALLISTO

Seuraavissa kappaleissa on esitelty valmis Ski-mallisto sekä malliston värikartta ja tarvike- eli trimmikartta (kuvat 24 ja 25). Malliston tuotteet on koottu tabliskoiksi eli esittelysivuiksi (kuvat 22 ja 23), joiden avulla valmiista mallistosta saa helposti kokonaiskuvan ja se voidaan esitellä esimerkiksi myyntimiehille. Tabliskoiden visuaalinen ilme korostaa malliston tyyliä ja kokoaa sen sisältämät tuotteet yhdeksi kokonaisuudeksi.

4.1 Naisten Ski-mallisto



Kuva 22. Naisten Ski-malliston tabliska

Naisten Ski-malliston koostuu takista, housuista, powerstrech-takista, aluskerrastosta sekä käsineistä ja piposta. Malliston värit (kuva 24) ovat tumma violetti 19/3642, vaaleampi violetti 728 sekä valkoinen 980. Logoprintit ovat heijastavia ja hopeanvärisiä. Mallistossa on käytetty yksityiskohtana harmaita niittejä A-a ja niittien kanssa yhteensopivaa vetoketjun vedintä A-b (kuva 25).

Mallistossa ja erityisesti sen värivalinnoissa on otettu huomioon malliston tuotteiden yhteensopivuus niiden eri käyttötilanteissa. Asukokonaisuuden uloin kerros eli takki, housut, käsineet ja pipo näkyvät rinteessä. Valkoinen pipo sekä valkoiset vetimet takissa ja housuissa raikastavat violettiä asukokonaisuutta. Välikerroksen yläosana käytettävä powestrech-takki on näkyvissä rinnekahvilassa ja after skissä. Powerstrech-takki on siksi erityisen trendikäs ja sporttinen, ja siinä on kaunis liukuvärjätty printti. Asukokonaisuuden alimman kerroksen paidan ja housujen väri on meleerattu

violetti. Violetit housut, valkoinen powerstrech-takki ja violetti aluspaita muodostavat vaaleamman asukokonaisuuden sisätiloissa sekä loppukevään lämpiminä päivinä käytettäväksi.

Kuosillinen takki on kapealinjainen ja naisellinen malli, jossa on rintatasku, etutaskut, hihatasku ja huppu. Takissa on valkoiset vetimet ja heijastavat printit.

Housut ovat kapealinjaiset ja naiselliset. Housujen materiaali on joustavaa stretch-kangasta. Housuissa on pieni korttitasku edessä, valkoiset vetimet sekä koristeniittejä taskun reunassa sekä vyölenkissä. Housuissa on heijastavat printit sekä vahvikepalat lahkeensuussa.

Valkoisessa powerstrech-takissa on tehostevärinä housujen violetti. Takin hihansuut sekä kauluksen yläreuna on viimeistelty joustavalla violetilla nauhalla. Hihansuissa on aukot peukaloille. Takissa on edessä printti, jossa on liukuväri. Housut ja powerstrech-takki ovat kaunis asukokonaisuus, mikä tulee esille esimerkiksi rinnekahvilassa istuskeltaessa.

Kerrasto koostuu paidasta ja housuista. Materiaali on nopeasti kuivuvaa ja joustavaa polyesteriä, jossa on melearattu pinta. Housujen ja paidan leikkaukset ovat vartalon muotoja korostavat. Kerraston paita toistaa malliston violettiä värimaailmaa, mutta tuo siihen oman lisänsä melearatulla pinnalla. Paidan violetti väri sopii pilkahtamaan kauniisti valkoisen powerstrech-takin alta.

Valkoinen pipo on raikas ja yksinkertainen malli, joka sopii pariksi kuivalliseksi takille. Pipo on helmineuletta ja sen reunassa on merkki L-a (kuva 25). Käsineet ovat väriltään kuositakin kanssa yhteensointuvat, ja niissä on käytetty samaa heijastavaa Icepeak-logoa kuin muissa malliston tuotteissa

4.2 Miesten Ski-mallisto



Kuva 23. Miesten Ski-malliston tabliska

Miesten malliston koostuu henkselillisistä housuista, kuositakista, powerstretch-takista, aluskerrastosta sekä käsineistä ja piposta. Malliston värikartta koostuu punaisesta 646 ja mustasta 990 (kuva 24). Mallistossa on useita erilaisia pintoja, kuten takin kuosi, kirjavalankainen pipo sekä meeleerattu aluskerrasto, jotka tuovat mallistoon elävyyttä. Rauhalliset mustat housut toimivat hyvin kuositakin parina. Punainen powerstretch-takki ja mustat housut toimivat tyylikkäänä asukokonaisuutena after skissä ja rinnekahvilassa.

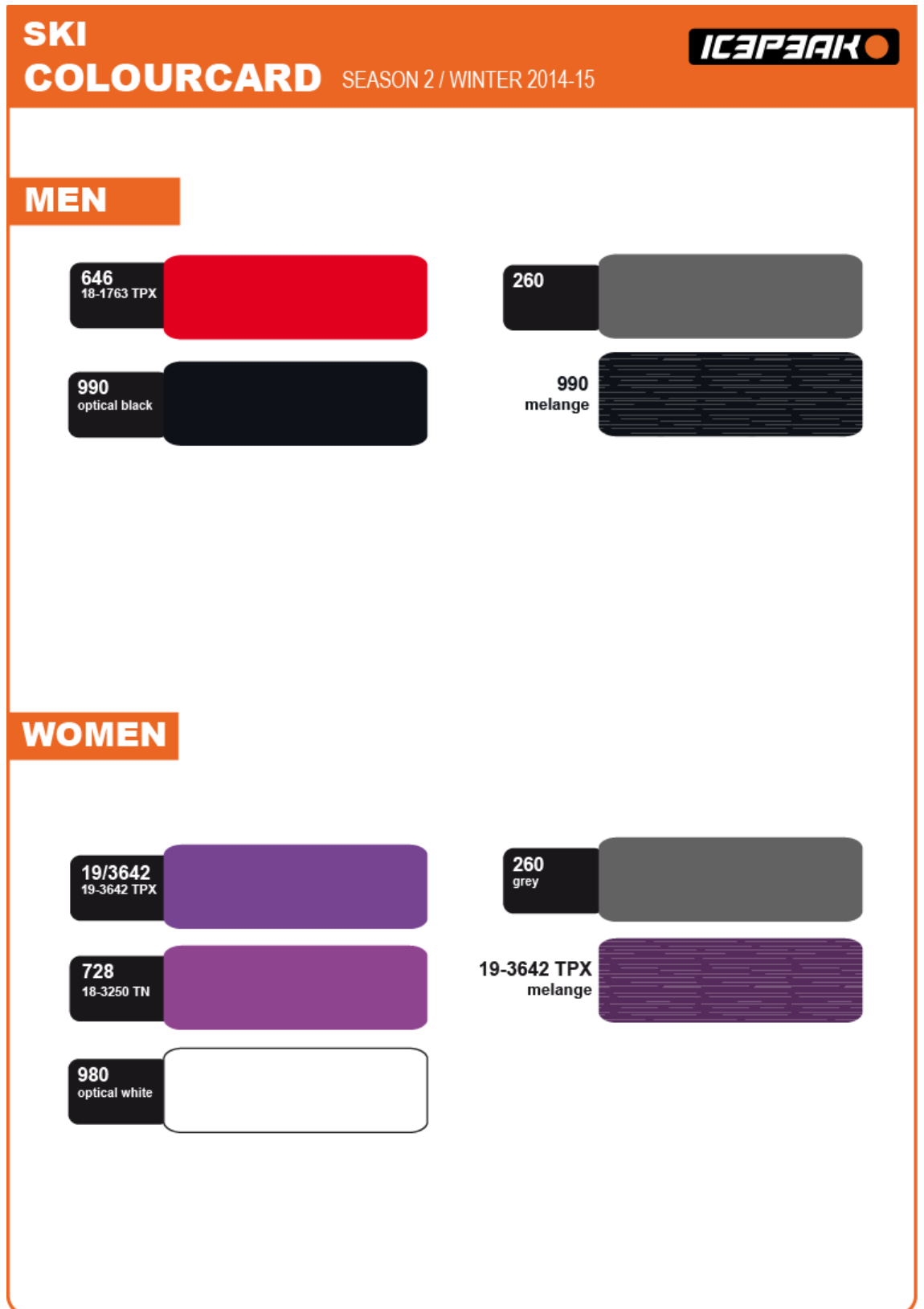
Kuusillisessa takissa on tehosteväriä punainen. Näkyvät vetoketjut tuovat tuotteeseen sporttista ilmettä sekä värikkyyttä. Takissa on mustat vetoketjun vetimet A-b. Housuissa on sporttiset leikkaukset ja etutaskut, joiden reunassa on niittejä A-a. Sekä housujen että takin printit ovat heijastavia.

Powerstretch-takissa on edessä takin kuosin kanssa samanhenkinen brodeeraus. Takissa on myös rintatasku sekä mustat, joustavasta nauhasta tehdyt kanttaukset hihansuissa ja kauluksen yläreunassa. Hihansuissa on aukot peukaloille.

Kerrasto koostuu paidasta ja housuista. Materiaali on nopeasti kuivuvaa ja joustavaa polyesteriä, jossa on meeleerattu pinta. Paidan ja housujen leikkaukset ovat kulmikkaita, ja ne tuovat tuotteiden ulkonäköön ryhtiä.

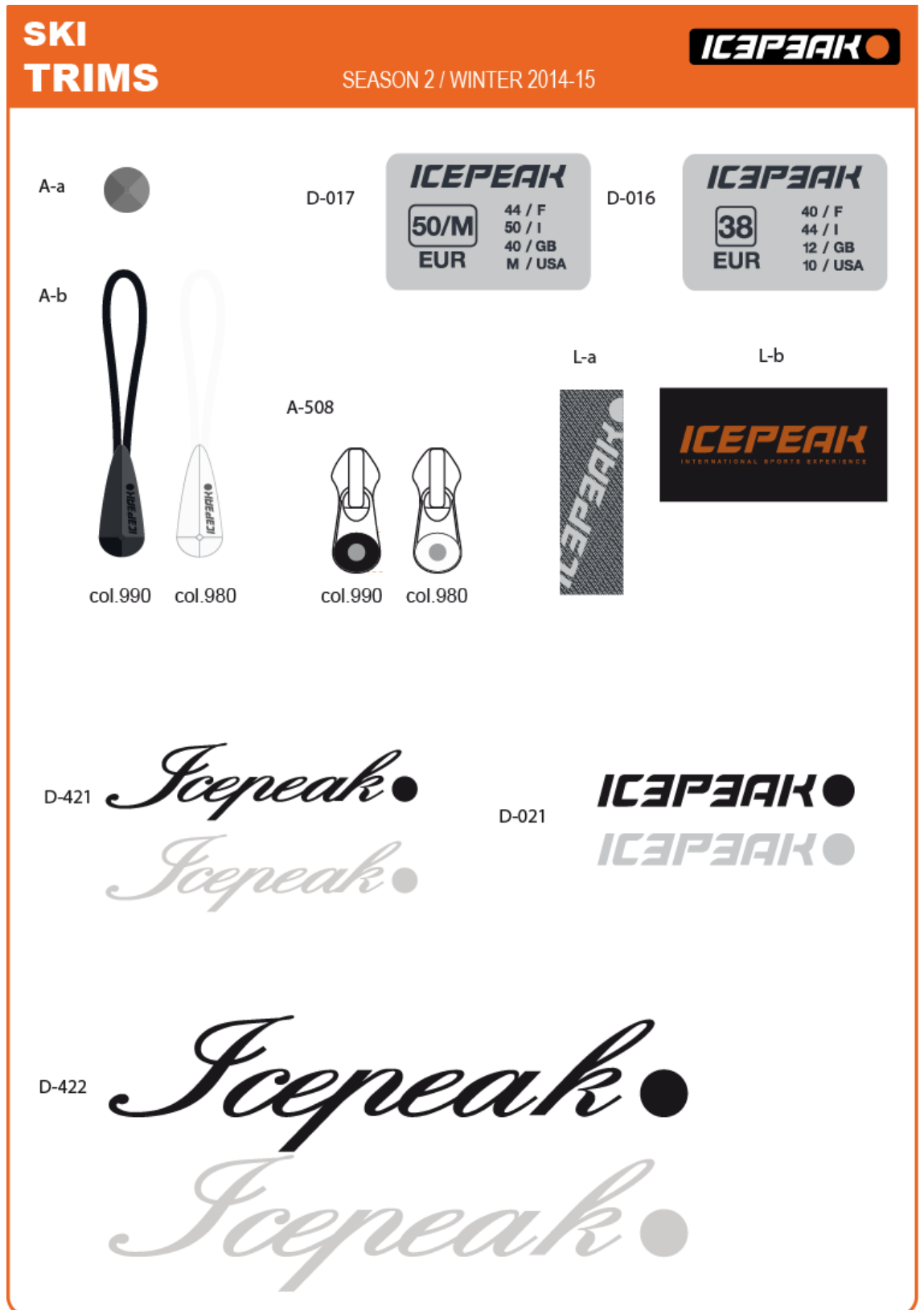
Pipossa on taitettava reuna ja edessä merkki L-b. Pipo on moniväristä lan-
kaa, jonka pääväri on punainen. Pipo käy sekä kuosillinen takin että bro-
deeratun powerstrech-takin pariin. Käsineet toistavat takin tehosteväriä
punaista, ja niissä on käytetty samaa merkkiä kuin pipossa.

4.3 Värikartta



Kuva 24. Ski-malliston värikartta

4.4 Trimmikartta

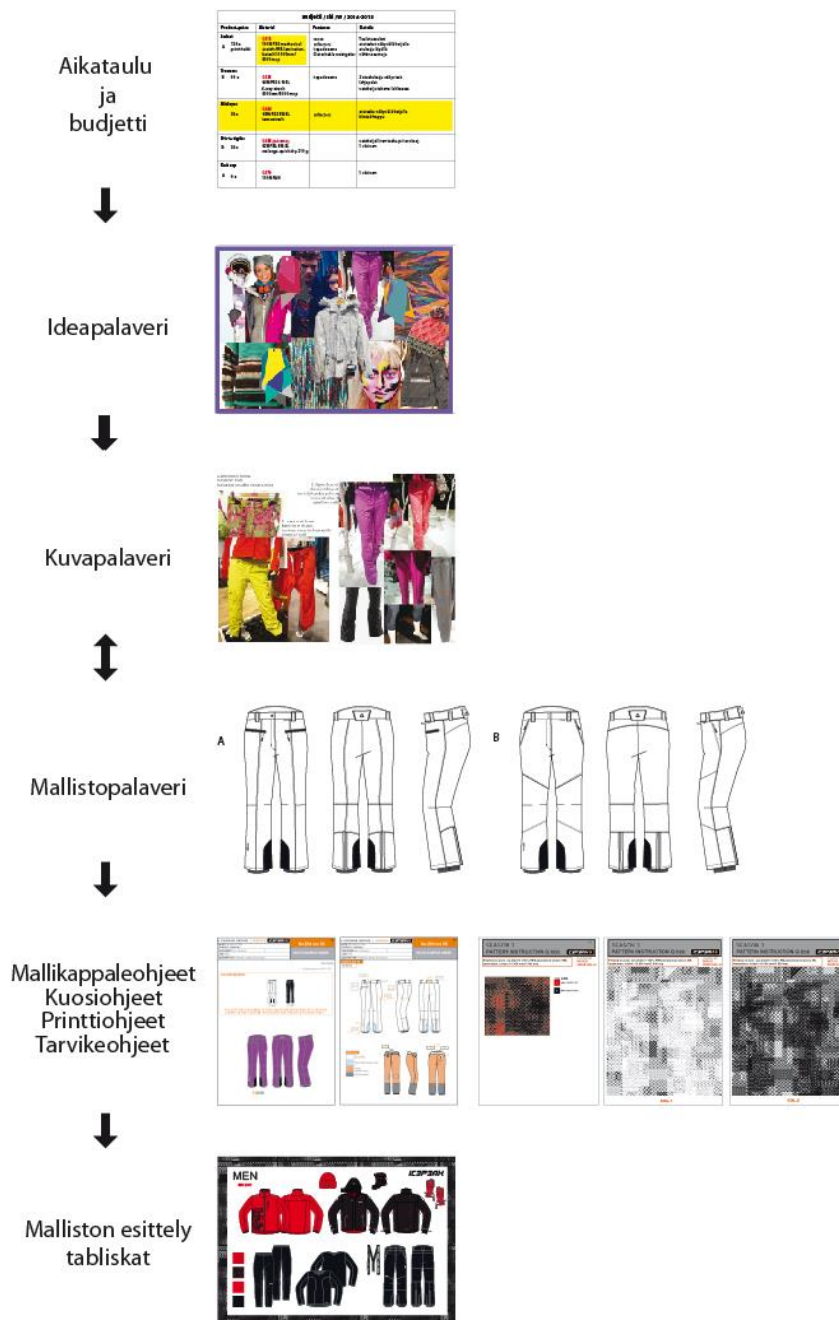


Kuva 25. Ski-malliston trimmikartta

5 JOHTOPÄÄTÖKSET

Icepeak-tuotemerkillä Suunnitteluprosessi on jäsennelty ja suoraviivainen prosessi, joka alkaa malliston budjetilla ja päättyy malliston luovutukseen eli esittelyyn myyntimiehille. Ski-malliston suunnitteluprosessi (kuva 26) eteni selkeästi ja saavutti asetetun lopputuloksen aikataulussa. Mallistolla on aina selkeät raamit ja aikataulu, jonka puitteissa suunnittelija toimii. Suunnittelija on vastuussa mallistosta yhdessä tuotepäällikön kanssa. Malliston takana on aina kaupallinen tarve, ja malliston lopullinen tarkoitus on tuottaa yritykselle voittoa.

SKI-MALLISTON SUUNNITTELUPROSESSI ICEPEAK TUOTEMERKILLE



Kuva 26. Ski-malliston suunnitteluprosessi

Suunnitteluprosessi alkaa aikataulun ja budjetin laadinnalla. Budjetissa on jo määritelty malliston sisältämät tuotetyypit, malliston tuotteiden lukumäärä, hintaryhmät ja materiaalit. Suunnittelijalla on selkeät rajat, joiden puitteissa suunnittelutyö tulee toteuttaa niin, että sille asetetut aikataululliset ja tyylilliset tavoitteet toteutuvat.

Ideapalaverissa suunnittelija visualisoi ja myy uuteen sesonkiin ajattelemansa ideat ja värimaailman tuotepäällikölle sekä kaikista brändin mallistoista vastuussa olevalle tuotejohtajalle. Suunnittelija etsii suunnittelemaansa teemaan, esimerkiksi Ski-mallistoon, sopivat uudet väri-, kuusi- ja tuoteideat ja suodattaa trendeistä Icepeakille sopivat ja alkaa ideoida mallistoa näiden lähteiden avulla. Malliston ideoinnin takana tulee aina olla vahvasti Icepeakin paikka ja tyyli urheiluvaatemerkkien kategoriassa sekä urheiluvaatetuksen trendit.

Kuvapalaverissa budjettiin asetetuille tuotteille esitetään visualisoitu idea tuotteen ulkonäöstä esimerkiksi messuilta ja ideamatkoilta hankittujen kuvamateriaalin tai konkreettisten ostonäytteiden avulla. Suunnittelijan tulee esittää vaihtoehtoisia tuoteideoita ja esitellä ja perustella niiden sopivuus mallistoon esimerkiksi muiden urheiluvaatemerkkien mallistojen sisältämien tuotteiden avulla. Malliston tuotteita suunniteltaessa on pidettävä koko ajan mielessä, että mallisto on osa Icepeak-tuotemerkkiä ja jokaisella Icepeakin teemalla on jo oma visuaalinen tyylinsä, jota malliston odotetaan noudattavan.

Mallistonpalaverissa tuotteista esitetään Adobe illustrator -ohjelmalla piirretyt tuotekuvat. Tuotekuvat on piirretty Icepeakin tuoterunkoihin, jotta tuotemerkin eri mallistojen ulkonäkö esimerkiksi katalogissa on yhtenäinen. Tuotekuvia piirrettäessä tulee huomioida, että tuotteesta valmistettavien lopullisten tuotteiden kokovalikoima on suuri. Tuotteiden yksityiskohtien, kuten vetoketjujen, tulee toimia sekä pienissä että suurissa ko'issa. Tuotekuvissa tulee huomioida myös mallistoajattelu teknisissä ja visuaalisissa yksityiskohdissa. Malliston tuotteiden tulee olla selkeästi tarpeeksi erilaisia, jotta ne eivät kilpaile keskenään. Tuotteiden kuosit ja väritykset esitellään sekä itsenäisinä kuosina että tuotteena, joka on väritetty kuosilla. On tärkeää pyrkiä esittämään kuosin koko ja väritykset mahdollisimman oikeina.

Mallikappaleohjeissa tuotteen sisä- ja ulkotöiden rakenteet, materiaalit ja värit esitetään mahdollisimman yksiselitteisesti. Mallikappaleohjeen avulla tehdas osaa valmistaa tuotteesta mallikappaleen. Jokaisella materiaalilla, tarvikkeella ja värillä on oma koodinsa. Tuotteen printtien, merkkien ja muiden tarvikkeiden sijainti tuotteessa tulee määrittellä. Mallikappaleohjeiden tekeminen vaatii tarkkuutta ja huolellisuutta. Tässä suunnitteluprosessin vaiheessa Icepeakilla pyritään toimimaan mahdollisimman yhtenäisesti, jotta tuotteen valmistavilla tehtailla olisi tuotteista mahdollisimman selkeät ja yksiselitteiset ohjeet. Huomioitava asia on se, että paljon yksityiskohtia ja rakenteita on jo suunniteltu ja siten myös piirretty ja ohjeistettu. Aiempien sesonkien ohjeita muokkaamalla ja yhdistelemällä säästää aikaa, kun tuotteen elementtien, kuten tikkausten, piirtämistä ei tarvitse aloittaa alusta.

6 ARVIOINTI JA POHDINTA

Suunnitteluni selkeytyi opinnäytetyöprojektin myötä. Huomasin, että suunnitteluprosessi on järkevää pilkkoa osiin. Ymmärsin myös, että suunnittelu on työ siinä missä muutkin työt. Aikataulussa pysymiseksi myös luova suunnittelutyö on suunniteltava ja aikataulutettava. Suunnitteluprosessin dokumentointi ja kuvaus selkeyttivät ja vahvistivat käsitystä omasta suunnitteluprosessista sekä teolliselta suunnittelijalta vaadittavasta suunnitteluprosessista. Aloittavan suunnittelijan, jonka prosessi ei ole vielä hioutunut, on hyvä kirjata ylös prosessin vaiheet ja tehdyt työtehtävät, jotta oppimaansa voi vahvistaa ja kerrata myöhemmin.

Päällimmäiseksi jäi tunne omasta kykeneväisyydestä ja onnistumisesta. Opinnäytetyöprosessi eteni laaditun aikataulun mukaan yhteistyöyrityksen kanssa. Seuraava suunnitteluprosessia aloittaessa on takana jo prosessi, johon on hyvä verrata aikataulua ja suunnitteluprosessin vaiheita.

Prosessin aikana opin, millaisia asioita teolliselta ja kaupalliselta suunnittelijalta odotetaan. Sain myös käsityksen siitä, millaisia dokumentteja suunnittelijan täytyy tuottaa suunnitteluprosessin aikana. Suurimmaksi opiksi nousee ehkä kuitenkin se, että suunnittelijan työ on paljon muutakin kuin suunnittelua. Suunnittelu on oikeastaan pitkälti vaihtoehtojen etsimistä ja niistä valitsemista. Valintoja täytyy tehdä niin ideoinnissa, malliston rakenteessa kuin yksittäisten tuotteiden rakenteessa. Huomattava osa suunnitteluprosessin ajasta menee ohjeiden tekemiseen. Suunnittelijan on myös päätettävä yhdessä tuotepäällikön kanssa materiaalit ja luotava ohjeet tuotteille, kuoseille ja printeille.

Tärkeä huomio teollisesta suunnitteluprosessista oli, että kaikki toiminta tapahtuu nopealla syklillä. Yhdellä suunnittelijalla on sesongissa yleensä keskimäärin noin 50 suunniteltavaa tuotetta, mutta osa tuotteista on jatkuvia tuotteita, jotka pysyvät samanlaisina tai melkein samanlaisina sesongista toiseen. Jos suunnittelijalla on paljon tuotteita, hänellä on apunaan assistentti. Mallien ja ohjeiden määrän tiedostaminen kannustaa oman suunnitteluprosessin hiomiseen mahdollisimman sujuvaksi. Ohjeistuksen teon on hyvä olla rutinoitunutta, jotta se veisi kokonaisprosessin ajasta mahdollisimman vähän. Omassa suunnitteluprosessissa ohjeiden teko vei vielä huomattavasti aikaa, koska asia oli uusi ja vaati paljon asioiden tarkistamista ja opettelua.

Suunnittelemani malliston onnistuminen selviäisi vasta, jos mallisto valmistettaisiin myyntiin. Tällöin mallien ja väritysten myyntiluvuista saisi suoran palautteen malliston onnistumisesta. Myös mahdollisten mallikapaleiden valmistus ja niiden näyttäminen myyntimiehille antaisi palautteen malliston onnistumisesta.

Yhteistyöyritykselle opinnäytetyöprosessi osoitti, että pystyn suunnittelemaan kaupallisia tuotteita ja kuoseja sekä toteuttamaan suunnitteluprosessin

sovitussa aikataulussa. Prosessin aikana opin paljon Icepekin suunnittelu-prosessista sekä työtavoista, joita yrityksessä käytetään. Yhteistyöyrityksessä oltiin tyytyväisiä opinnäytetyöprosessiin ja siihen, että työskentelyni kehittyi prosessin aikana. Seuraavassa sesongissa saan vastuulleni pienen mallisto-osuuden ja näistä tuotteista valmistetaan mallikappaleet. Opinnäytetyöprosessin aikana opitut taidot tuotekuvien piirtämisestä ja mallikappaleohjeiden ja reseptien tekemisestä tulevat siis heti käyttöön. Ski-malliston suunnitteluprojekti Icepeakin kanssa vahvisti sekä minun että yhteistyöyrityksen käsitystä siitä, että minulla on kaikki edellytykset toimia alalla ja kehittyä suunnittelijana.

Opinnäytetyöprosessini on kaiken kaikkiaan onnistunut. Aloittaessani prosessia pidin tärkeänä, että opinnäytetyö tehtäisiin yritysyhteistyönä ja että siitä olisi oikeasti hyötyä oman kehittymiseni kannalta. Pidin opinnäytetyöprosessin tärkeimpinä tavoitteina työllistymistä alalle ja suunnittelukemuksen hankkimista alalta toimivasta yrityksestä. Yhteistyöyrityksen hankkiminen vaati paljon työtä. Kävin esittelemässä aiemmin suunnittelemani Teaser-mallistoa useille yrityksille. Yhteistyöyrityksen etsiminen kesti odotettua kauemmin, mutta lopputuloksena oli yhteistyö Icepeakin kanssa.

Onnistuin pitämään opinnäytetyön aiheen rajauksen tiukkana. Työtä olisi ollut helppo laajentaa useamman tuotteen ja väripolun mallistoksi. Halusin kuitenkin tietoisesti pitää kiinni ajatuksestani pienestä viikonloppumallistosta, jossa on yksi väripolku. Päätös oli hyvä, koska näin sain pidettyä Ski-malliston suunnitteluprojektin aikataulutuksen kunnossa ja työmäärän sopivana.

Alkuperäisestä suunnitelmasta poiketen tein kuitenkin tuotepäällikön ehdotuksesta malliston tuotteista myös mallikappaleohjeet, koska niiden tekeminen on tärkeä osa teollisen suunnittelijan työtä. Mallikappaleohjeiden teko oli haastavaa ja opettavaista. Uskon, että juuri mallikappale- ja kuosiohjeiden tekemisen oppiminen on omaa tulevaisuuttani ajatellen erittäin hyödyllinen taito. Alkuperäisessä suunnitelmassa tarkoituksena oli haastatella Icepeakin suunnittelijoita malliston suunnitteluprosessin kartoittamista varten. Oman kehittymiseni kannalta koin kuitenkin tärkeämmäksi opetella tekemään mallikappaleohjeita. Sain suunnitteluprosessin vaiheiden hahmottamiseen tarvittavat tiedot havainnoimalla malliston suunnitteluprosessia ja kysymällä tuotepäälliköltä.

Opinnäytetyön kirjoittamisaikataulu muuttui. Alkuperäisessä suunnitelmassa malliston suunnitteluosuus oli valmis toukokuussa 2013 ja työn kirjoittaminen oli tarkoitus tehdä kesän 2013 aikana. Suunnitteluosuuden valmistuttua toukokuussa tein kuitenkin päätöksen, että kirjoitan työn valmiiksi syksyllä, koska silloin saan tuekseni HAMK:lta opinnäytetyön ohjaajani sekä tarvittaessa muut opettajat.

Mahdollisena jatkotutkimusaiheena olisi tutkia esimerkiksi freelancer-suunnittelijan suunnitteluprosessia. Olisi kiinnostavaa tutkia, eroaako freelancer-suunnittelijan prosessi vakituksessa työsuhteessa olevan suunnittelijan suunnitteluprosessista.

Vaatetusalalla suunnittelijana voi toimia monin eri tavoin. Näiden erilaisien työmahdollisuuksien selvittäminen ja niissä tarvittavien taitojen kartoittaminen tuottaisi hyödyllistä tietoa. Toinen luonteva jatkotutkimusmahdollisuus olisi selvittää teollisen malliston suunnitteluprosessin mallikappaleidensovitusvaihetta. Sovitusvaiheen tutkiminen voisi kohdistua esimerkiksi siihen, millaisia työtehtäviä ja dokumentteja suunnittelijan tehtäviin kuuluu mallikappaleiden sovitusvaiheessa.

Opinnäytetyöllä Icepeak-tuotemerkille sekä opintojeni aikana suoritettulla työharjoittelulla urheiluvaatesuunnitteluun erikoistuneessa Studio Tint Oy:ssä olen pystynyt vahvistamaan ja kehittämään erityisesti urheiluvaatteiden suunnitteluosaamistani.

LÄHTEET

Painetut lähteet

Anttila, P. 1998. Tutkimisen taito ja tiedon hankinta. Taito-, taide- ja muotoilualojen tutkimuksen työvälineet. Helsinki: Akatiimi Oy.

Eberle, L., Hermeling, H., Hornbergen, M., Kilgus, R., Menzer D. & Ring, W. 2001. Ammattina vaate. Porvoo: WSOY.

Kettunen, I. 2001. Muodon palapeli. Helsinki: WSOY

Internet lähteet

Icepeak-tuotemerkin kotisivut. viitattu 16.2.2013.
<http://www.icepeak.fi/about>

ISPO MUNICH- messujen kotisivut. viitattu 17.9.2013.
<http://www.ispo.com/munich/en/All-Sports/Home>

WGSN sivusto. viitattu 17.9.2013. <http://www.wgsn.com/about-wgsn>

MPDClick sivusto. viitattu 17.9.2013
<http://mpdclick.wgsn.com/mpdclick/about/>

Kuva lähteet

Questions4carnahan-blogi. viitattu 14.6.2013.
<http://www.questions4carnahan.com/paris-hilton-wearing-gucci-ski-goggles-out-in-aspen.html>

Henkilökohtaiset tiedonannot

Lari, K. 2013. Tuotepäällikkö, lapset. Icepeak. Henkilökohtainen tiedonanto 9.4.2013.

Lari, K. 2013. Tuotepäällikkö, lapset. Icepeak. Henkilökohtainen tiedonanto 26.4.2013.

Lari, K. 2013. Tuotepäällikkö, lapset. Icepeak. Henkilökohtainen tiedonanto 3.5.2013.