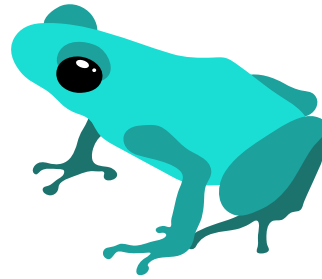




Suvi Hyvönen

*Kuosisuunnittelu
omalle yritykselle*



TURKU AMK 
TURKU UNIVERSITY OF
APPLIED SCIENCES

Suvi Hyvönen 2018

Kuosisuunnittelu omalle yritykselle

Opinnäytteen tavoitteena oli tuottaa uusia kuoseja opinnäytteen tekijän aloittelevalle yritykselle, Ontsibuu Designille, ja löytää yrityksen näkökulmasta uusia mahdollisuuksia kuosien käyttämiseen tuotteissa. Opinnäytteen toivottiin antavan uutta energiaa yrityksen toiminnan jatkamiseen ja asiakaslähtöistä näkökulmaa yrityksen tuotevalikoiman laajentamiseen.

Kuosisuunnittelun suunnan löytämiseksi toteutettiin survey-tutkimus, jolla selvitettiin potentiaalisen asiakaskunnan mieltymyksiä ja kulkuskäyttäytymistä, kun tarkastelun kohteena ovat kuosilliset tuotteet. Verkkokyselynä toteutetussa tutkimuksessa selvisi, minkälaisia värejä ja aiheita asiakkaat suosivat kuosituotteissaan, missä tuotteissa he suosivat kuoseja yksivärisyyden sijaan ja mistä ja kenelle he hankkivat kuosituotteita. Vastaajien suosikkibrändeistä valittiin muutamia esimerkkejä, joiden kuoseista tehtiin analyysit, joiden perusteella voitiin myös tehdä päätelmiä asiakaskunnan mieltymyksistä. Tutkimustuloksien perusteella luotiin moodboardeja, joita käytettiin kuosisuunnittelun referensseinä. Kuosisuunnittelu toteutettiin digitaalisesti Adobe Illustrator -vektorigrafiikkaohjelmaa käyttäen.

Opinnäytetyön tuloksena syntyi neljä uutta kuosia ja niiden käyttöehdotuksia. Kuosit ovat painettavissa digitaalipainotekniikalla. Kuosien värejä ja aiheita valittaessa otettiin huomioon asiakaskyselyn tulokset, jotta uusilla kuoseilla saataisiin tavoitettua kohderyhmä entistä laajemmin ja vastattua asiakkaiden toiveisiin aiempaa paremmin. Asiakaskyselyn tuloksia hyödynnettiin myös kuosien tuotteistamisessa, jotta yrityksen tuleva valikoima olisi asiakaskunnalle mieleinen.

ASIASANAT:

Digitaalipainotekniikka, kuosit, käsiteellinen muotoilu, vektorigrafiikka

OPINNÄYTETYÖ (AMK) | TIIVISTELMÄ

OHJAAJA: Mervi Vuolas

Turun Ammattikorkeakoulu
Muotoilu

Suvi Hyvönen

2018 | 36 sivua

Print Design for Own Small Business

The goal of the thesis was to create new prints for Ontsiuu Design, which is a startup business of the author, and find new ways for the business to utilize the prints on products. Another intent for the thesis was to find new energy for developing the business and broadening its product range.

To determine a direction for the print design a survey was carried out to define the preferences and consumer behavior of potential a clientele regarding prints. The online survey showed what kind of colors and themes customers favored in their print products and where and who for they buy them. A few brands were selected from the favorite brands of the customers mentioned in their responses, and an analysis of the prints from these brands was made to further define the preferences of the clientele. Based on the findings, moodboards were made that were then used as reference for the print design process. Print design was performed digitally by utilizing Adobe Illustrator vector graphics program.

As a result of the thesis four new prints were created and propositions on how to use them were made. The prints can be printed with a digital print technique. Answers to the customer survey were considered when colors and themes for the prints were selected so that the new prints would be able to reach a wider audience and better answer the customer's needs. The results of the survey were also utilized on productization of the new prints so that the future product range would appeal to the clientele.

KEYWORDS:

Craft design, digital print technique, patterns (textile), vector graphics

BACHELOR'S THESIS | ABSTRACT

INSTRUCTOR: Mervi Vuolas

Turun Ammattikorkeakoulu
Muotoilu

Suvi Hyvönen

2018 | 36 pages

Sisältö

1	Johdanto	6
2	Ontsibuu Design	7
3	Tavoitteet ja tutkimusmenetelmät	10
	3.1 Tutkimusmenetelmät	10
	3.2 Prosessikaavio ja viitekehys	12
4	Asiakaskunnan mieltymykset	13
	4.1 Vastauksien yhteenveto	13
	4.2 Kuosianalyysit	17
5	Kuosisuunnittelu	20
	5.1 Kuvakollaasit	20
	5.2 Kuosisuunnittelu	23
	5.3 Digitaalipainotekniikka	25
6	Kuosit	27
7	Tuotteistus	31
8	Tulokset	33
	Lähteet	34
	Kuvalähteet	35

Liitteet

Liite 1.	Asiakaskysely.
Liite 2.	Kuosien painoraportit.
Liite 3.	Vaihtoehtoiset väriehdotukset Dartfrog ja Over the Moon -kuoseista.
Liite 4.	Sähköpostihaastattelu

Kuvat

Kuva 1. Ontsibuu Designin tuotteita vuonna 2017	7
Kuva 2. Journey ja Saemus -kuosit.	8
Kuva 3. Ontsibuu Designin myyntipöytä Turku Pride -tapahtumassa elokuussa 2017	9
Kuva 4. Suosituimmat väripaletit: pastellisävyt ja mustavalkoinen tehostevärillä.	15
Kuva 5. Kylmäsävyinen gradientti.	15
Kuva 6. Hokusai: Kanagawan suuri aalto (1829–1832) (Wikimedia Commons 2010)	16
Kuva 7. Angelic Prettyn kuoseja. (Angelic Pretty 2018)	17
Kuva 8. Kiertin kuoseja. (Kierti 2018)	18
Kuva 9. Vallilan kuoseja (Vallila 2018).	19
Kuva 10. Lintuaiheinen kuvakollaasi.	21
Kuva 11. Viidakkoaiheinen kuvakollaasi.	21
Kuva 12. Satuaiheinen kuvakollaasi.	22
Kuva 13. Metsäaiheinen kuvakollaasi.	22
Kuva 15. Valokuvasta kuvioksi (Sammakko: Aquarium of the Pacific 2018)	23
Kuva 14. Lyjykyknäluonnoksia kuosiaiheista.	23
Kuva 16. Pattern-työkalulla luotu painoraportti. Piirtoalue on merkitty punaisella katkoviivalla.	24
Kuva 18. Dartfrog-kuosi.	28
Kuva 17. Paradise-kuosi.	28
Kuva 19. Kuva 19. Over the Moon -kuosi.	30

Kuva 20. Kuva 20. Woodlands-kuosi	30
Kuva 21. Tuote-ehdotuksia uusista kuoseista.	32

Kuviot

Kuvio 1. Prosessikaavio	11
Kuvio 2. Viitekehys.	12
Kuvio 3. Visualisointi vastaajien lempiväreistä.	14

1 Johdanto

Opinnäytteen tarkoituksena on suunnitella uusia kuoseja tekijän omalle yritykselle Ontsibuu Designille ja löytää sopivia tapoja kuosien käyttämiseen tuotteissa.

Olen aina pitänyt yrittäjyyttä sopivana urasuuntauksena. Ensimmäisen yrittäjyyskurssini kävin jo yläasteella. Edellistä ammattikorkeakoulututkintoani opiskellessani rahoitin käsityöharrastustani valmistamalla mittatilausneuleita koirille ja kissoille. Muotoilun koulutuksen aloittamista edeltävänä kesänä puolestaan avasin oman Etsy-kaupan, jossa myin ompelemiani pehmoleluja. Opinnäytteen toteuttaminen omalle yritykselle alkoi tuntua oikealta suunnalta jo melko aikaisessa vaiheessa opintoja. Oman toiminimen perustin keväällä 2017, ja suoritin osan opintoihini kuuluvasta harjoittelusta yrittäjänä Ontsibuu Design -yrityksessäni.

Kuosisuunnittelu on vahvuuteni ja yritykseni toimiala keskittyen pien-tekstiilien suunnitteluun ja valmistukseen. Opinnäytteen aiheeksi valikoitui kuosisuunnittelu, jonka lisäksi selvitettiin, minkälaisille tuotteille

voisi löytyä kysyntää yrityksen tuotevalikoimassa. Ulkoisen toimeksiantajan puuttuessa asiakaslähtöisyys ja asiakkaiden toiveiden kuunteleminen ovat tärkeitä näkökulmia: asiakkaiden toiveet määrittävät tuotteiden tarpeellisuuden ja siten asiakkailta saatu palaute on erittäin tärkeää yrittäjänä onnistumisen kannalta.

Asiakaslähtöisyys toteutuu opinnäytteessä tiedonhakuvaiheessa toteutetun survey-tutkimuksen muodossa. Tutkimuksella selvitetään potentiaalisen asiakaskunnan kuosimieltymyksiä ja kuosillisten tuotteiden kulutustottumuksia sekä heidän toiveitaan yrityksen tulevasta valikoidusta. Kuosien suunnitteluvaiheessa kerätty palaute puolestaan auttaa vahvistamaan tehtyjen valintojen sopivuuden kohderyhmälle tai vastaavuuksisesti huonojen valintojen havaitsemisessa. Kysymällä suoraan asiakkailta voidaan myös saada uusia näkökulmia ja ideoita tuotevalikoiman koostamiseen.

2 Ontsibuu Design

Toiminimi Ontsibuu Design rekisteröitiin 29.3.2017. Yritys on yhden naisen design- ja käsityöyritys, joka keskittyy kuosisuunnitteluun ja pienten tekstiilituotteiden valmistamiseen.

Yrityksen tuotevalikoima oli opinnäytetyön aloitushetkellä pieni ja koostui käsityönä valmistetuista vetoketjupussukoista, jumppapusseista ja ketunkorvapoista sekä alihankintana tuotetuista kangaskasseista (kuva 1). Pussukoissa ja jumppapusseissa käytetyt printtikankaat oli painatettu Saksassa digitaalipainotekniikalla ekologisista musteista käyttäen. Pellavaisia jumppapusseja koristavat kangasmerkit oli teetetty Turussa, ja Kangaskassit oli painatettu Virossa. Alihankkija puolestaan oli teetänyt painettavat kassit Intiassa.

Vuonna 2017 Ontsibuu Designin tuotevalikoimassa oli kaksi kuosia. Kuosit olivat fantasiahenkisiä all over -kuoseja, jotka oli toteutettu niin, että tilattu kangas voitaisiin hyödyntää mahdollisimman tehokkaasti kaikkiin suuntiin. Journey-kuosissa seikkailee iloinen vaaleanpunainen yksisarvinen taustallaan vaaleansinisiä tähtiä valkoisella pohjalla. Saemus-kuosisa puolestaan punainen lohikäärme vartioi karamellisaalistaan tummanharmaalla pohjalla (kuva 2).



Kuva 1. Ontsibuu Designin tuotteita vuonna 2017



Kuva 2. Journey ja Saemus -kuosit.

Kuosien elementit oli luonnosteltu käsin ja piirretty puhtaaksi Adobe Illustrator ohjelmalla, jolla kuosien raportit myös toteutettiin. Raportti oli pidetty pienenä (10x10 cm), koska kankaista oli suunniteltu valmistettavan pienikokoisia pussukoita ja kasseja. Digitaalipainotekniikan ansiosta kuoseihin oli voitu sisällyttää runsas määrä eri värejä ilman, että tuotantokustannukset lisääntyvät. Journey-kuosissa värejä on kahdeksan ja Saemus-kuosissa viisitoista. All over -kuosien elementeistä oli rakennettu myös yksittäiset, niin sanotut placement-printit, joista oli teetetty kangaskasseja (kuva 1).



Ensimmäisen kerran Ontsibuun tuotteet olivat esillä Helsingissä heinäkuussa 2017 järjestetyssä Ropecon-roolipelitapahtumassa, missä yrityksellä oli myyntipöytä yhdessä tekijän opiskelijatoverin, Meri Kaarron, aloittelevan Notono.-brändin kanssa. Samalla kokoonpanolla vierailtiin myös elokuussa Helsingissä järjestetyn science fiction -henkisen Worldcon-tapahtuman taidekujalla ja vuoden 2017 Turku Pridessa, missä oli esillä myös muita pieniä designyrityksiä (kuva 3). Ontsibuun tuotteiden fantasiahenkisyys vaikutti vahvasti myyntipaikkojen valintaan. Lisäksi näissä tapahtumissa houkutteli myyntipaikkojen edullisuus. Vastaanotto tapahtumissa oli pääosin positiivista: tuotteista pidettiin, mutta samalla ne koettiin liian kalliiksi ja siten myynti tapahtumissa jäi pieneksi. Tähän saattoi vaikuttaa myös tapahtumien pääasiallisen yleisön nuori ikä. Tapahtumiin osallistuminen toi yritykselle kuitenkin arvokasta näkyvyyttä ja positiivisten kommenttien myötä myös itsevarmuutta omaan tekemiseen. Muilta myyjiltä saatiin palautetta tuote-esillepanoista ja vinkkejä niiden parantamiseksi ja asiakkaiden kommentit auttoivat paikallistamaan ongelmakohtia työskentelyssä. Ontsibuu Design oli esimerkiksi tuotteita sarjana valmistaessaan keskittynyt väärään asiaan, sillä tuotevalikoiman monipuolisuuteen panostaminen olisi ollut huomattavasti tärkeämpää kuin yksittäisen tuotteen saatavuuden varmistaminen.

Kuva 3. Ontsibuu Designin myyntipöytä Turku Pride -tapahtumassa elokuussa 2017

3 *Tavoitteet ja tutkimusmenetelmät*

Opinnäytetyön tavoitteena oli tuottaa uusia kuoseja Ontsibuu Designille ja miettiä kuosien tuotteistamiseen sopivia vaihtoehtoja aloittelevan yrityksen näkökulmasta. Opinnäytteen toivottiin antavan uutta energiaa yrityksen toiminnan kehittämiseen ja asiakaslähtöistä näkökulmaa yrityksen tuotevalikoiman laajentamiseen.

Opinnäytetyön toteutumista ohjanneisiin tutkimuskysymyksiin kiteytettiin opinnäytteen kaksi päätavoitetta:

Millaisia ovat Ontsibuu Designin uudet kuosit?

Millaisiin yritykselle uusiin tuotteisiin kuoseja voidaan käyttää?

Ensimmäiseen tutkimuskysymykseen vastaus pyrittiin löytämään hyödyntämällä survey-tutkimuksena toteutettua asiakaskyselyä kuosisuunnittelun ohjenuorana, ja kuva-analyysiä uusien kuosien ominaisuuksien selvittämiseen ja tehtyjen ratkaisujen perusteluun. Toiseen tutkimuskysymykseen vastausta haettiin asiakaskyselyllä ja haastattelulla. Opinnäytteen käytännön osuudessa, kuosisuunnittelussa, käytettiin apuna myös kuvakollaaseja.

3.1 *Tutkimusmenetelmät*

Survey-tutkimus

Survey-tutkimuksella saadaan koottua vastauksia joukolta ihmisiä. Se voidaan toteuttaa joko kvantitatiivisena eli määrällisenä, tai kvalitatiiv-

visena eli laadullisena tutkimuksena. Survey-tutkimuksella saadaan koottua yksityiskohtaista tietoa olemassa olevista ilmiöistä, tunnistettua ongelmakohtia ja kerättyä tietoa siitä, miten muut toimivat vastaavissa ongelmatilanteissa. (Anttila 2000, 251.)

Survey-tutkimusta opinnäytetyössä edusti asiakaskysely, joka toteutettiin verkkokyselynä. Kyselyn tavoitteena oli kartoittaa potentiaalisen asiakaskunnan tottumuksia, mieltymyksiä ja toiveita liittyen kuosien tyyleihin ja käyttöön. Kyselytulosten perusteella oli tarkoitus määrittää yrityksen kohderyhmää ja potentiaalista asiakaskuntaa sekä löytää ideoita ja mahdollisuuksia kuosien suunnitteluun ja tuotteistamiseen. Kevyempiä survey-tutkimuksia käytettiin myös palautteen keräämiseen kuosisuunnitteluvaiheessa luomalla nopeita mielipidekyselyjä sosiaalisessa mediassa.

Kuva-analyysi

Sisällön lisäksi kuvissa merkittäviä asioita ovat esimerkiksi värit, muodot, syvyys, sommittelu ja tunnelma. Myös aika ja kulttuuri vaikuttavat kuvan tulkintaan. Näitä tekijöitä tarkastelemalla voidaan selvittää, mitä kuvan tekijä on tahtonut viestiä katsojille. (Anttila 2000, 257-258.)

Kuva-analyysia käytettiin yrityksen jo olemassa olevien kuosien ominaisuuksien selvittämiseen ja kuvailuun sekä opinnäytetyössä syntyvien uusien kuosien ominaisuuksien kuvailuun ja suunnittelutyössä tehtyjen ratkaisujen perusteluun. Kuva-analyysillä tutkittiin myös asiakaskyselyn vastauksissa mainittujen mielenkiintoisten yritysten kuoseja.

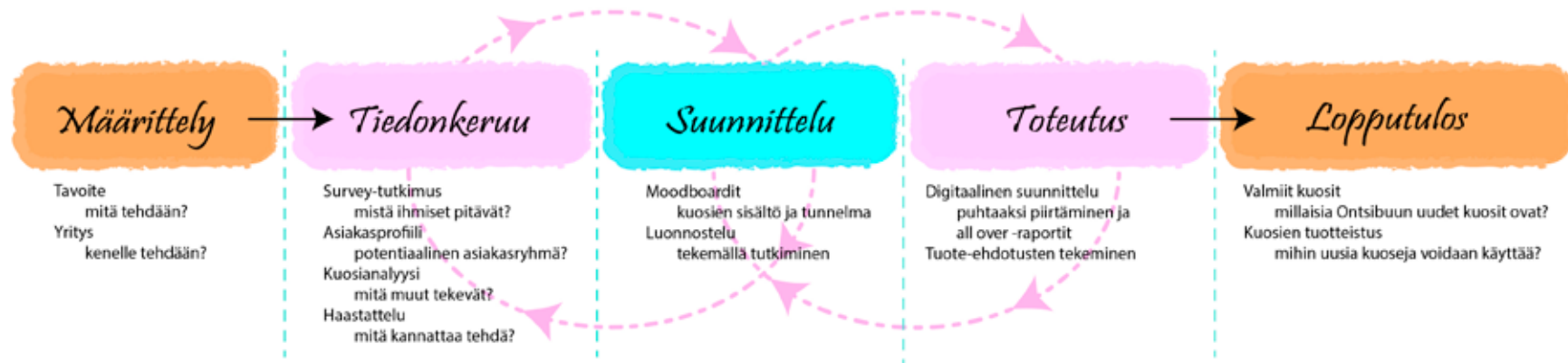
Haastattelu

Haastattelu on hyvä työväline, kun tarvitaan tietoa, joka perustuu ihmisten asenteisiin, mielipiteisiin ja kokemuksiin. Haastattelu voi olla muodoltaan, joko strukturoitu tai strukturoimaton. Strukturoitu haastattelu rakennetaan ennalta niin, että kysymysten asettelulla saadaan varmasti kaikki se tieto, mitä etukäteen on ajateltu tarvittavan. Strukturoimattomassa haastattelussa haastateltava puolestaan voi vapaasti kertoa asioista. (Anttila 2000, 230–231.)

Haastatteluilla pyrittiin opinnäytteessä saamaan jo pidempään toimineelta yritykseltä vinkkejä siihen, minkälaisia tuotteita tuoreen yrityksen kannattaa tuoda valikoimiinsa. Haastattelu toteutettiin strukturoituina sähköpostihaastatteluina.

Kuvakollaasit

Moodboard yhdistää tutkimustietoa, kuten kuvia, tekstiä, värejä ja tekstuureja visuaaliseksi kokonaisuudeksi. Se on työkalu, jolla voidaan välittää tietty tunnelma vastaanottajalle. (Seivewright 2007, 96.) Moodboard-menetelmän periaatteita mukaillen opinnäytetyössä luotiin kuvakollaaseja, joita käytettiin kuosisuunnittelun työkaluna. Niiden käytöllä pyrittiin visualisoimaan asiakkaiden toiveita ja selkeyttämään kuosisuunnittelun tavoitteita ja suuntaa.



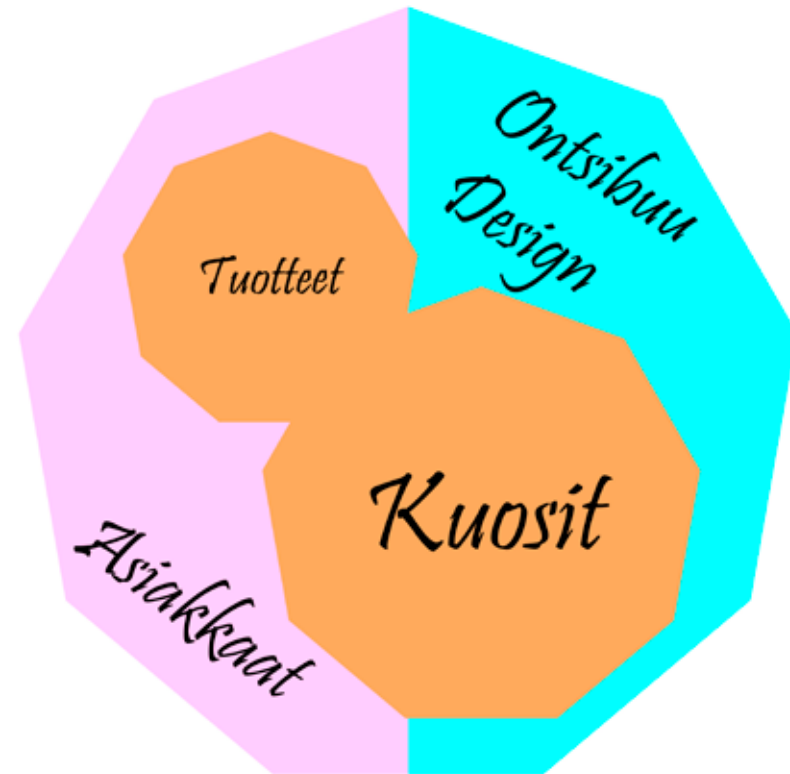
Kuvio 1. Prosessikaavio

3.2 Prosessikaavio ja viitekehys

Prosessikaaviossa kuvataan opinnäytetyöprosessin etenemistä ja osoitetaan miten eri työvaiheet ja tutkimusmenetelmät sijoittuvat prosessiin (kuvio 1).

Prosessin määrittelyvaiheessa määriteltiin opinnäytetyölle tavoitteet sekä tutustuttiin ikään kuin ulkopuolisen silmin Ontsibuu Designin toimintaan ja tuotevalikoimaan sen ensimmäisen toimintavuoden aikana. Tiedonkeruuvaiheessa kerättiin eri menetelmillä tietoa asiakkaista, muiden yritysten tyyleistä sekä mahdollisista kuosien tuotteistamismahdollisuuksista. Suunnitteluvaiheessa luotiin kuvakollaaseja, joilla havainnollistettiin tulevien kuosien sisältöä ja tunnelmaa, mikä lisäksi vaihe sisälsi luonnoksia sekä kuoseista että tuotteista. Toteutusvaiheeseen kuuluivat kuosisuunnittelu sekä tuote-ehdotusten tekeminen. Lopputuloksina prosessissa olivat uudet kuosit sekä valmiit tuotteistusehdotukset. Opinnäytetyöprosessi oli tyypillinen muotoiluprosessi, joka tiukan lineaarisuuden sijasta toteutui osittain iteratiivisena, eli eri vaiheita työstettiin välillä myös rinnakkain ja ajoittain palattiin edelliseen vaiheeseen.

Viitekehysten keskiössä olivat uudet kuosit sekä tuotteet, joissa niitä voitaisiin käyttää. Kuosien ja tuotteiden suunnittelulle raamit loivat yrityksen brändi, arvot ja tyyli sekä asiakkaiden toiveet ja mieltymykset. (Kuvio 2.)



Kuvio 2. Viitekehys.

4 Asiakaskunnan mieltymykset

Opinnäytteen taustatiedon keräämiseksi luotiin Webropol-palvelulla kysely, joka oli vastattavissa 17.1.–4.2.2018 välisenä aikana (liite 1). Kysely toteutettiin suomeksi ja englanniksi, ja se koostui valintakysymyksistä, monivalintakysymyksistä, asteikkokysymyksistä, kuvamonivalintakysymyksistä ja avoimista kysymyksistä. Kysely tahdottiin pitää kevyenä ja nopeana vastata, jotta vastauksia saataisiin mahdollisimman paljon. Vastausintoa heräteltiin myös antamalla kyselyyn vastanneille mahdollisuus osallistua tuotepaketin arvontaan. Kysely jaettiin Ontsibuu Designin Facebook-sivulla ja Instagram-profiilissa. Julkaisusta luotiin seitsemän päivän ajaksi myös maksettu markkinointi, jolla toivottiin tavoitettavan lisää vastaajia. Markkinointi kohdennettiin Suomessa asuville yli 16-vuotiaille miehille ja naisille. Kyselyyn vastasi yhteensä 43 henkilöä, joista 42 vastasi suomeksi.

Kysely jaettiin viiteen osioon, jotka olivat

- perustietoja minusta
- minä kuosien kuluttajana
- mieltymyksiäni
- kuvamonivalinnat
- vapaa sana.

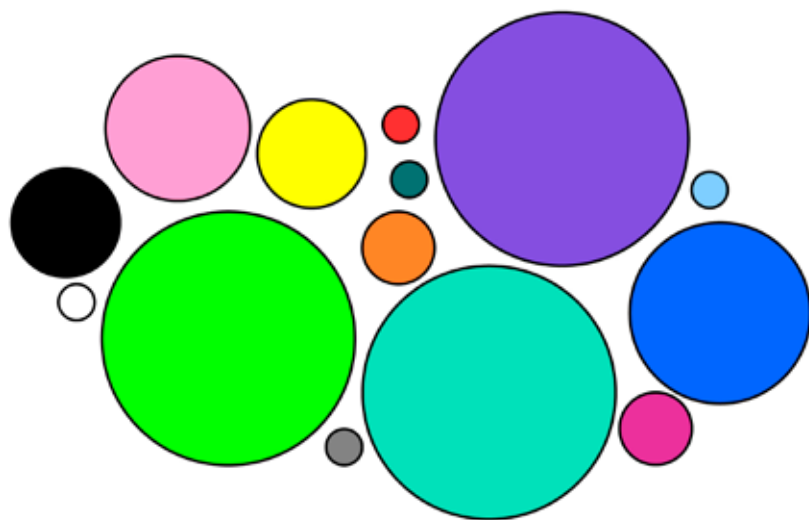
Perustietoja minusta -osiossa kerättiin tietoa vastaajien ikä- ja sukupuolijakaumasta. Tavoitteena oli vahvistaa mielikuvaa Ontsibuu Designin

tyypillisestä asiakkaasta. Tämän lisäksi kysyttiin vastaajien lempivärejä. Vastauksista haettiin vinkkejä kuosisuunnitteluprosessiin. Minä kuosien kuluttajana -osiossa esitetyillä kysymyksillä tahdottiin selvittää minkälaisia kuosituotteita vastaajat omistavat, kuinka usein vastaajat ostavat kuosillisia tuotteita ja kenelle he niitä ostavat, sekä minkälaisia kuosillisia tuotteita he yleensä hankkivat. Lisäksi kysyttiin vastaajien suosikkibrändejä, -suunnittelijoita ja/tai kuosien hankintapaikkoja. Mieltymyksiäni -osion kysymyksien tarkoituksena oli saada vinkkejä kuosisuunnitteluun. Kysymyksillä kartoitettiin vastaajien mieltymyksiä värien käytön, kuosien kuvioiden ja kuvaelementtien sekä tyylien suhteen. Vastauksien perusteella aiottiin määrittää lähtökohdat kuosisuunnittelulle. Kuvamonivalinnoilla haluttiin selvittää millaiset väripaletit ja tunnelmat vastaajat kokivat miellyttävimmiksi. Myös nämä vastaukset antoivat tärkeää tietoa vastaajien visuaalista mieltymyksistä ja niitä käytettiin apuna kuosisuunnittelussa. Vapaassa sanassa kerättiin avointa palautetta siitä, minkälaisia kuoseja tai tuotteita vastaajat toivoisivat jatkossa näkevänsä Ontsibuu Designin valikoimissa. Tällä kysymyksellä pyrittiin saamaan suoraa palautetta potentiaalisilta asiakkailta opinnäytetyön käytännön osuuden pohjatiedoksi.

4.1 Vastauksien yhteenveto

Kyselyyn vastanneista valtaosa (91 %) oli Naisia. Kaksi vastanneista oli miehiä, yksi valitsi sukupuoli vaihtoehdon muu, ja yksi ei tahtonut ilmoittaa sukupuoltaan. Hieman alle puolet (44 %) vastaajista oli 26–35-vuotiaita, toiseksi eniten (26 %) vastauksia saatiin 22–25-vuotiailta. Loput vastaukset jakaantuivat tasaisesti eri ikäryhmien välille. Suosituimpia

värejä vastaajien keskuudessa olivat turkoosin, violetin ja vihreän sävyt. Vastaajien suosikkiväreihin kuuluivat myös sinisen sävyt, keltainen, vaaleanpunainen ja musta. Kuviossa 3 on visualisoitu vastauksissa ilmenneet lempivärit. Pallojen koko on suhteessa saman värin vastauksiin antaneiden määrään. Lempivärejä hyödynnettiin kuosisuunnittelussa asiakkaille mieluisten värimaailmojen hahmottamiseen.



Kuvio 3. Visualisointi vastaajien lempiväreistä.

Vastaajien pukeutumisessa kuoseja löytyi pääasiassa paidoista, sukista, huiveista tai kaulaliinoista ja yöasuista, joita kaikkia oli yli puolella vastaajista, mutta myös kaikki muut ehdotukset saivat kannatusta. Vain yksi vastaajista ilmoitti pukeutumisen olevan yksiväristä. Valmiiksi annettujen vaihtoehtojen lisäksi vastaajat kertoivat käyttävänsä kuoseja myös hameissa ja mekoissa, tunikoissa, pussukoissa, ponchoissa ja heijastimissa. Vaatteita ja asusteita enemmän kuoseja hyödynnettiin kuitenkin kodintekstiileissä. Valtaosalta vastaajista löytyi kotoaan kuosillisia laka-noita, mukeja, keittiöpöyhykeitä, sisustustyynyjä tai muita kodintekstiilejä. Jälleen vain yksi vastaajista ilmoitti suosivansa sisustaessaan yksivärisyyttä. Avoimissa vastauksissa tärkeäksi kuosilliseksi sisustustuotteeksi mainittiin verhot, joiden lisäksi kuoseja kerrottiin löytyvän myös pöytäliinoista ja julisteista.

Ei koskaan (0) – jatkuvasti (5) -asteikolla vastaajat ostivat useimmiten kuosillisia kodintekstiilejä. Vähiten hankittiin kuosillisia astioita. Vaihteluväli vastausten keskiarvojen välillä oli kuitenkin hyvin pieni (2,65–3,37), joten vastauksista ei voida suoraan päätellä, minkälaisilla kuosituotteilla markkinamahdollisuudet ovat parhaat. Henkilökohtaiset mieltymykset ja tarpeet ovat huomattava tekijä, kun ostopäätöksiä tehdään. Pääasiassa kuosillisia tuotteita ostettiin itselle ja lahjaksi, mutta melko usein myös lapsille. Kuosillisia tuotteita yleisesti ostettiin vastaajien keskuudessa pääasiassa ”silloin tällöin”.

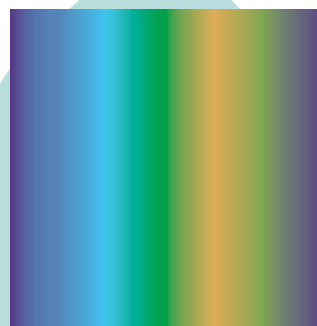
Ihmiset kokevat värit eri tavoin, mikä tuo oman haasteensa kuosisuunnitteluun. Joku voi esimerkiksi kokea tummat värit masentavina, kun toiselle ne ovat lämpimiä ja rauhoittavia. Kirkkaat värit puolestaan voivat piristää yhtä, kun taas toinen kokee ne rauhottomiksi ja häiritseviksi.

(Arnkil, H. 2007, 293.) Värien käyttö kuoseissa jokoikin mielipiteitä, mutta pääasiassa vastaajat kertoivat pitävänsä kuoseista, joiden sävyt ovat harmonisia tai luonnollisia ja joissa oli pieni määrä eri värejä. Eräs vastaajista kuitenkin huomautti, että ”Kaikki on upeeta kunhan toteutettu tasapainoisesti”. Kuosien kuvaelementteinä vastaajat suosivat kasveja, kukkia ja eläimiä, joista kaikista pitivät yli puolet vastaajista. Myös erilaiset geometriset muodot ja abstraktit kuviot olivat suosittuja teemoja. Suuret suomalaiset kuositalot Marimekko, Finlayson ja Vallila olivat olemusten mukaisesti vahvasti edustettuina vastaajien suosikkibrändeissä, mutta suosikkien joukosta löytyi myös paljon pienempiä ja vähemmän tunnettuja suunnittelijoita ja brändejä, kuten Kierti, Kauniste ja Angelic Pretty. Suuri osa vastaajista ei osannut nimetä suosikikseen mitään yksittäistä brändiä, vaan ostovalintoihin vaikutti enemmän yksittäisen kuosin olemus. Kuosien ostopaikkoina suosittiin nettikauppoja enemmän myyjäisiä, messuja ja kivijalkaliikkeitä, joissa kuosin pääsee näkemään luonnossa.



Kuva 4. Suosituimmat väripaletit: pastellisävyt ja mustavalkoinen tehostevärillä.

Kuvia sisältävissä monivalintakysymyksissä vastaajia pyydettiin valitsemaan annetuista vaihtoehdoista mieleisensä väripaletti, gradientti ja maalaus. Väripaletteja kyselyjä varten luotiin neljä erilaista: väripaletti 1 edusti mustavalkosävyjä kirkkaalla tehostevärillä, paletti 2 kirkkaita värejä, paletti 3 pastellisävyjä ja palettiin 4 valittiin maanläheisiä sävyjä (liite 1). Vastaajista hieman alle puolet (44%) koki pastellisävyisen paletin 3 miellyttävimmäksi. Perusteluja jättäneistä noin puolet kertoi valinneensa kyseisen vaihtoehdon, koska pastellisävyt kuuluivat heidän suosikkeihinsa, toinen puoli taas koki valinneensa vaihtoehdoista vähiten epämiellyttävän. Toiseksi suosituin oli mustavalkopainotteinen väripaletti 1, joka koettiin tasapainoiseksi ja monikäyttöiseksi. (Kuva 4.) Voimakkaat ja rauhattomat värit saivat perusteluissa myös eniten vastakommentteja. Gradientteja koskevasta monivalintakysymyksestä selvisi, että vastaajista suurin osa (81%) piti enemmän gradientin 1 edustamista kylmistä sävyistä (kuva 5).



Kuva 5. Kylmäsävyinen gradientti.

Viimeisessä kuvavalintakysymyksessä vastaajia pyydettiin valitsemaan mieleisin kuudesta erilaisesta maalauksesta. Maalauksiksi valittiin tunnelmiltaan mahdollisimman erilaisia teoksia: Vincent Van Goghin Tähtikirkas yö (1889), Hokusain Kanagawan suuri aalto (1829–1832), Henri Rousseau'n Il Sogno (1910), Ambrosius Bosschaertin Still-Life of Flowers (1614), Piet Mondrianin Composition II in Red, Blue and Yellow (1930) ja Robert Delaney'n Windows Open Simultaneously, 1st part, 3rd motif (1912) (liite 1).

Suosituin maalauksista oli Hokusain teos, jonka valitsi 40 % vastaajista (kuva 6). Siinä viehättivät sarjakuvamainen tyyli, jota pidettiin samaan aikaan yksinkertaisena ja mielenkiintoisena. Harmonisten värien luoma tunnelma sekä pysähtyneen liikkeen tuntu miellyttivät vastaajia. Muille maalauksille äännet jakautuivat tasaisesti. Bosschaertin maalauksessa pidettiin tummasta taustasta ja värimaailman realismista. Maalaus oli vastaajien mielestä luonnollinen sekä runsaista yksityiskohdista huolimatta harmoninen. Rousseau'n maalauksen trooppinen maailma kiehtoi vastaajia. Eniten siinä pidettiin yksityiskohdista, erityisesti kukista ja kasveista. Delaunay'n maalauksen värit mainittiin vaikuttavina.

Kyselyn lopussa vastaajilta kysyttiin vielä, millaisia kuoseja ja tuotteita he tahtoisivat tulevaisuudessa nähdä Ontsibuu Designin tuotevalikoimassa. Kuoseihin toivottiin "hahmoja eri tilanteissa" ja satuaihteita sekä neutraalimpia luonto- ja eläinaihteita. Vaikka kuvavalinnoissa mieltymykset kallistuivatkin pastelliseen väripalettiin, lopun vastauksissa mainittiin monesti pirteys ja värikkyys. Tulevaisuuden tuotteiksi ehdotettiin koristetyynypäällisiä, siivousliinoja, keittiöpyyhkeitä ja kangasmerkkejä. Myös erilaiset pikkulaukut ja -pussukat mainittiin monessa vastaukses-

sa. Lastenhuoneeseen sopivat modernit, iloiset tekstiilit yleisesti huomiointiin vastauksissa. Pukeutumispuolelle kaivattiin t-paitoja ja hansikkaita. Oli mukava myös huomata, että Ontsibuun omaa tyyliä arvostettiin. Eräs vastaaja esimerkiksi toivoi Ontsibuun kuosien ja tuotteiden olevan jatkossa "ontsibuumaisia".



Kuva 6. Hokusai: Kanagawan suuri aalto (1829–1832) (Wikimedia Commons 2010)

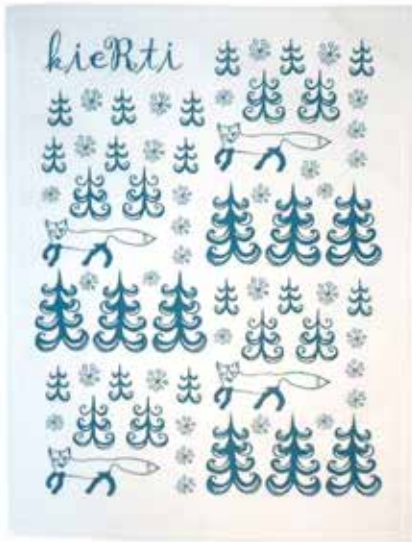
4.2 Kuosianalyysit

Kuosisuunnittelun suunnan löytämiseksi pidettiin hyödyllisenä analysoida kyselyn vastauksissa mainittujen yritysten kuoseja. Yrityksistä tarkasteltaviksi valittiin japanilainen Lolitavaatemerkki Angelic Pretty, kotimainen ekologisia siivoustekstiilejä valmistava pienyritys Kierti sekä 130 henkeä työllistävä sisustusbrändi Vallila.

Angelic Pretty on japanilainen lolitavaatemerkki, jonka konsepti on tuottaa pitsillä ja röyhelöillä koristettuja vaatteita tytöille, joiden prinsessaunelmat eivät koskaan kuole (Angelic Pretty 2018). Vaatteiden kuosit ovat tyttömäisiä ja täynnä mielenkiintoisia yksityiskohtia. Monista kuoseista on myös saatavilla useita eri väri vaihtoehtoja. Tämä antaa asiakkaille lisää valinnanvaraa ja auttaa yritystä mukautumaan asiakkaiden erilaisiin tyyliin ja mieltymyksiin. Värit ovat useimmiten joko hempeän tyttömäisiä pastellisävyjä tai voimakkaita, tummia sinisen, punaisen tai vihreän sävyjä. Kuvaan 7 on kerätty muutamia esimerkkejä Angelic Prettyn kuoseista: Fantastic Horoscope -kuosissa esiintyy erilaisia tähtikuvioeläimiä pilvisellä taivaalla. Unenomaisessa Khronos Utopia -kuosissa unimaailman rattaat pyörivät, mutta aika on pysähtynyt kelloissa, jotka makaavat pilvien päällä. メルカトル骨董品店 ("Mercator Antique Store" (tekijän käännös)) -kuosiin on kuvattu erilaisia mystisiä antiikkiesineitä, kuten lasikuvuilla suojattuja kristalleja, söpöjä pehmoleluja unohtamatta. 天空の晩餐会 ("The Sky Banquet" (tekijän käännös)) -kuosi vie meidät enkeleiden järjestämille illalliskutsuille taivaspuutarhaan, joka on täynnä kauniita kukkia ja laululintuja. Angelic Prettyn kuoseissa on vahva tarinan tuntu, joka viehättää pikkuprinssessojen lisäksi aikuisempaakin ihailijaa.



Kuva 7. Angelic Prettyn kuoseja. (Angelic Pretty 2018)



Kierti on porvoolainen pienyritys, joka valmistaa ekologisia tekstiilituotteita, kuten siivousliinoja ja keittiöpyyhkeitä. Kaikki Kiertin tuotteet ovat vähintään 80 %:sti Suomessa valmistettuja ja niille on myönnetty avainlippuputunnus (Kierti 2009). Kiertin tavoitteena on kotimaisuuden lisäksi valmistaa tuotteita, joiden käyttöikä on mahdollisimman pitkä ja joiden valmistus on ekologisesti kestävä. Materiaaleiksi ovatkin valikoituneet kotimaassa valmistetut bambu- ja hammppukankaat. (Kierti 2013.)

Kiertin kuosit ovat pääasiassa yhdellä värillä valkoiselle pohjalle painettuja ja viivapiirros-tyylisiä (kuva 8). Kuoseissa on selkeä rytmi. Eri-laiset kasvi- ja eläinaiheet, kuten ketut ja kissat sekä graafisemmista elementeistä koostuvat kuosit muodostavat erilaisuudestaan huolimatta yhtenäisen, tunnistettavan kokonaisuuden.

Kuva 8. Kiertin kuoseja. (Kierti 2018)

Vallila Interior on perinteikäs kotimainen sisustusyritys, jonka toiminta alkoi jo vuonna 1935, kun Helsinkiin perustettiin Suomen Silkkituote Oy. Myöhemmin nimi vaihtui Vallilan Silkkitehdas Oy:ksi, ja nykyisellä nimellään yritys on toiminut vuodesta 1987. Vallilan valikoimiin kuuluu runsaasti erilaisia sisustustuotteita matoista verhoihin ja tarjottimiin. Niitä myydään Vallilan omien liikkeiden ja shop-in-shop myymälöiden lisäksi erinäisissä sisustusliikkeissä ja marketeissa ympäri Suomea. Kansainvälisesti Vallila myy tuotteitaan jo yli neljäänkymmeneen maahan. (Vallila Interior 2018.) Vallilan kuoseille ominaista on rohkea värien käyttö. Kuva-aiheista löytyy esimerkiksi erilaisia kasveja ja kukkia, ornamentteja, maisemia, eläimiä ja kaupunkiaiheita (kuva 9).

Kuosianalyysien perusteella voitiin päätellä, että Ontsibuu Designin potentiaalista asiakaskuntaa kiinnostavat kuosit, jotka ovat rytmikkäitä, ja joissa käytetään värejä rohkeasti ja mielenkiintoisesti. Analyysi vahvisti asiakaskyselyssä saatua tietoa siitä, että kasvi- ja eläinaiheet ovat asiakkaiden mielestä mielenkiintoisia lähtökohtia kuosien koostamiseen. Tarina kuosin takana on myös tärkeä, jotta kuosiin voi syntyä henkilökohtainen kiintymyssuhde.



Kuva 9. Vallilan kuoseja (Vallila 2018).

5 Kuosisuunnittelu

Kuosisuunnittelun pohjana olivat asiakaskyselyn tulokset ja muiden yritysten kuoseista tehdyt analyysit. Asiakaskyselyyn tulleiden vastausten perusteella voitiin päätellä, että Ontsibuu Designin tyyllisen yrityksen kannattaa pitää pääkohderyhmään 20—35-vuotiaat naiset. Tämä kohderyhmä oli helposti tavoitettavissa sosiaalisen median markkinointikanavien kautta ja osoitti kyselyyn vastaamalla eniten kiinnostusta yritystä kohtaan. Vaikka asiakkaat arvostivat Ontsibuun omaa iloista tyyliä, valikoimiin tarvittiin myös neutraalimpia ja aikuisempi vaihtoehtoja, jotta kohderyhmä tavoitettaisiin laajemmin, ja useammalla asiakkaalla olisi mahdollisuus löytää yrityksen valikoimasta jotain omaan tyyliinsä sopivaa. Näiden päätelmien perusteella luotiin kuvakollaaseja, joiden avulla suunniteltiin neljä uutta kuosia Ontsibuu Designin valikoimiin.

5.1 Kuvakollaasit

Asiakaskyselyn vastauksissa ja muiden yritysten kuoseista tehdyissä kuosianalyyseissä tuli ilmi, että asiakaskuntaa miellyttävät eniten eläin- ja kasviaiheet, kirkkaat, mutta harmoniset värit ja satuaiheet. Kyseisten havaintojen pohjalta luotiin kuvakollaaseja, joilla havainnollistettiin näitä teemoja visuaalisesti ja joita voitiin suoraan käyttää kuosisuunnittelun referensseinä.

Lintu- ja kukka-aiheinen kuvakollaasi yhdisti asiakkaiden toivomat hempeät pastellisävyt sekä eläin- ja kukka-aiheet (kuva 10). Kollaasissa pikukulunut ja erilaiset kukat muodostavat herkän ja elegantin kokonaisuuden. Värit eivät ole liian räikeitä, vaan harmonisia ja toisiinsa kauniisti sointuvia. Kukat ja linnut ovat kuosiaiheina tuttuja, neutraaleja ja hel-

posti lähestyttäviä.

Viidakkoaiheinen kuvakollaasi syntyi Rousseau'n maalauksen mielenkiintoisen viidakkotunnelman pohjalta (kuva 11). Viidakkoa ajatellessa mieleen tulivat pienet nuolimyrkkysammakot, joiden pirteät värit sopivat hyvin Ontsibuu Designin iloiseen tyyliin. Kuvakollaasiin lisättiin käsin piirrettyjä menninkäisenlehden lehtiä, jotka yhdistävät sen myös tällä hetkellä sisustuslehdissä runsaasti esiintyviin huonekasveihin.

Kuva 12. Satuaiheinen kuvakollaasi.

Sataiheisen kuvakollaasin perustana oli vanha englantilainen lastenloru, jossa lehmä hyppää kuun yli.

“Hey Diddle Diddle,
The cat and the fiddle,
The cow jumped over the moon.
The little dog laughed,
To see such sport,
And the dish ran away with the spoon.”

Kuun yli hyppäävän lehmän lisäksi kollaasissa on pilvenhattaroilla oleskelevia hattaranpunaisia lampaita (kuva 12). Taustalla loistavat miljoonat tähdet. Tunnelma on unenomainen, kuin hetkellä juuri ennen nukahtamista. Sävyt ovat pehmeitä ja rauhallisia.



Kuva 10. Lintuaiheinen kuvakollaasi.



Kuva 11. Viidakkoaiheinen kuvakollaasi.



Kuva 12. Satuaiheinen kuvakollaasi.

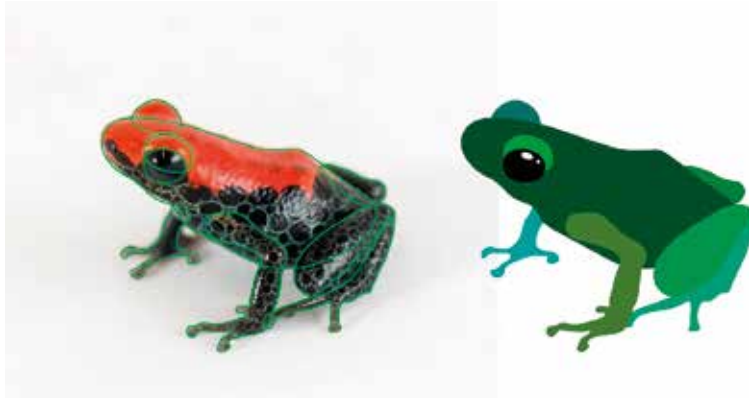


Kuva 13. Metsäaiheinen kuvakollaasi.

Metsäaiheinen kuvakollaasi yhdistää keväisen metsän raikkaan tunnelman ja tutut metsän eläimet (kuva 13). Metsässä ihminen rauhoittuu ja piristyy samaan aikaan. Värimaailma on luonnonläheinen. Pörröiset eläinystävät ovat sekä lapsille että aikuisille sopivia aiheita.

5.2 Kuosisuunnittelu

Kuosisuunnittelu aloitettiin luonnostelemalla kuva-aiheita käsin (kuva 14). Käsin piirretyt lyijykynäluonnokset siirrettiin digitaaliseen ympäristöön valokuvaamalla, jonka jälkeen ne piirrettiin puhtaaksi Adobe Illustrator -vektorigrafiikkaohjelmalla. Vektorigrafiikkaa käyttämällä kuosit ovat helposti skaalattavissa ilman, että kuvan laadun huononemisesta tarvitsee kantaa huolta. Vektoripiirroksissa myös värisuunnittelu toteutuu helposti, kun jokaisen kuvan osan väriä voidaan vaihtaa sen vaikuttamatta muuhun kuvaan.



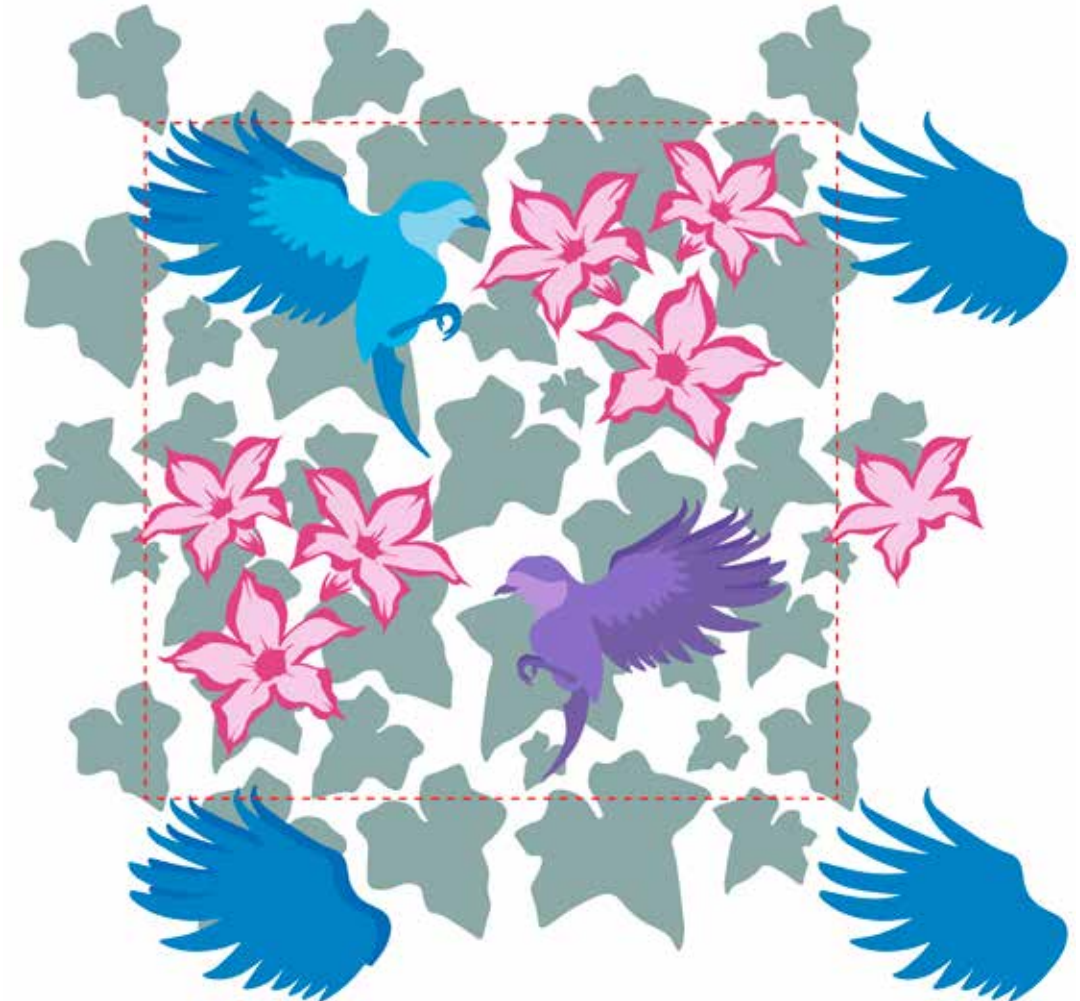
Kuva 15. Valokuvasta kuvioksi (Sammakko: Aquarium of the Pacific 2018)



Kuva 14. Lyijykynäluonnoksia kuosiaiheista.

Osa kuva-aiheista, kuten menninkäisenlehdet, oli helppo piirtää vapaalla kädellä suoraan Illustratorissa. Joidenkin kuva-aiheiden, kuten kukkien ja sammakoiden luonnostelu käsin taas todettiin turhaksi välivaiheeksi, esimerkiksi siksi, koska sammakoiden muotoa ei haluttu muuttaa huomattavasti alkuperäisistä nuolimyrkkysammakkoesikuvista poikkeaviksi, ja kuviot piirrettiin suoraan malleina käytettyjen valokuvien päälle. Koska curvature tool -työkalulla piirrettäessä viivoihin tulee usein ylimääräisiä pieniä mutkia, polkuja yksinkertaistettiin 95 %:iin alkuperäisestä Simplify path-työkalulla. Tämä silitti pikkuvirheet piirtojaljesta ja teki kuvioista viimeistellymmän näköisiä. Tämän jälkeen ääriivamuodot muutettiin värialueiksi, mikä oli linjassa Ontsibuun aikaisempien kuosien tyylin kanssa (kuva 15).

Kuvioiden sommitteluun kuoseiksi käytettiin Illustratorin Pattern-työkalua, jolla kuviot voitiin helposti asetella raporttiin. Raportti on jatkuvan kuviopinnan toistuva osa, joka ei ensisilmäyksellä erotu selvästi (Pellonpää-Forss 2009, 153.). Työkalulla kaavioalueen kuviot voitiin toistaa vierekkäin, limittäin rivi- tai palstasuunnassa, tai kuusikulmion muodossa rivi- tai palstasuunnassa. Piirtoalueen ulkopuolelle siirrettävät kuviot ja niiden osat kerrattiin automaattisesti alueen vastakkaisessa reunassa sen sisäpuolelle, jolloin muodostui saumattomasti jatkuva raportti. Valmis kuosi tallennettiin Swatches-paletille, mistä raahaamalla voitiin työskentelyalueelle tuoda kuosin yksittäinen toistuva raportti (kuva 16). Raportin reunan ylittävät kuviot ohjelma toisti kokonaisina. Koska kankaat tulitisiin painamaan digitaalipainotekniikalla, raportin koolla ei ollut merkitystä painoprosessin kannalta.



Kuva 16. Pattern-työkalulla luotu painoraportti. Piirtoalue on merkitty punaisella katkoviivalla.

5.3 Digitaalipainotekniikka

Digitaalipainolla tarkoitetaan yleisesti menetelmiä, joilla digitaalinen kuva siirretään materiaalille tulostamalla. Tällä hetkellä käytössä on kaksi tulostusmenetelmää: elektrostaattinen eli lasertulostus ja mustesuihkutulostus. Koska lasertulostusta voidaan käyttää vain paperille tulostettaessa, kankaanpainannassa käytetään mustesuihkutulostusta. Mustesuihkutulostus jaetaan kahteen eri menetelmään: jatkuvatoimiseen ja drop on demand (DOD) -tulostukseen. Drop on demand -tulostus puolestaan pitää sisällään kaksi alakategoriaa: pietsosähköisen ja lämpömustesuihkutulostuksen. Pietsosähköinen menetelmä on yleisimmin käytössä tekstiilien digitaalipainossa. Mustesuihkutulostuksessa kuva muodostetaan suihkuttamalla kankaalle pieniä väripisaroita. Sähkömagneettista kenttää käytetään mustepisaroiden ohjaamiseen kankaalle, kun tulostimen kirjoituspää liikkuu kankaan yli suihkuttaen mustepisaroita oikeisiin kohtiin. Käytännössä tekstiilitulostimen toimintaperiaate on sama kuin toimistotulostimissa, kokoluokka vain on suurempi. Muste voidaan syöttää tulostimeen mustekasetteina tai jatkuva-toimisesti isommista säiliöistä. (Bowles & Isaac 2009, 172.)

Digitaalipainolla voidaan painaa niin luonnonkuiduille kuin keinokuiduille. Paperille tulostamisesta poiketen kankaalle tulostettaessa väri täytyy kiinnittää, jotta lopputulos olisi kestävä. Perinteisissä kankaanpainomenetelmissä kiinnitysaine sekoitetaan painoväriin, mutta digitaalipainossa se levitetään pinnoitteeksi kankaan pinnalle. Pinnoite estää myös mustetta leviämästä kankaaseen, mikä helpottaa yksityiskohtaisen tulostusjärjen tuottamista. Ontsibuu Designin tuotteissa käytetyt kankaat

painetaan reaktiiviväreillä, jotka kiinnitetään kankaaseen höyryttämällä. Kiinnittämisen jälkeen kangas pestään ylimääräisen värin ja pinnoitusaineen poistamiseksi. (Bowles & Isaac 2009, 172, 176–177.) Reaktiiviväreillä voidaan painaa luonnonkuiduille ja selluloosapohjaisille keinokuiduille. Reaktiiviväreillä painetun tekstiilin pesunkestävyys on hyvä, koska väri kiinnittyy kankaan kuituihin. Painettu kangas myös tuntuu miellyttävältä käytössä. (Printscorpio 2018)

Digitaalipainotekniikalla on monia huomattavia etuja perinteisiin painotekniikkoihin verrattuna. Mustesuihkutulostus on pääosin perinteisiä painomenetelmiä ympäristöystävällisempää. Painoväriä menee hukkaan vähemmän, kun väriä annostellaan vain tulosteeseen tarvittava määrä. Painettava kangas voidaan myös käyttää monipuolisemmin hyödyksi, kun samalle kankaalle voidaan painaa sekä all over -kuosia että yksittäisiä kuvaelementtejä, mikä puolestaan vähentää kangasjätteen määrää. Mustesuihkutulostus prosessina käyttää 30 % vähemmän vettä ja 45 % vähemmän sähköä kuin perinteiset painomenetelmät. (Bowles & Isaac 2009, 178-179.) Painoprosessin tekninen aloittaminen on nopeampaa, koska erillisiä valmisteluvaiheita kuten painokaavioiden valmistamista ei ole. Tämä helpottaa muun muassa prototypointia ja piensarjatuotantoa. Myös tarve säilyttää suuria määriä varastokankaita vähenee, kun kankaita voidaan tulostaa tilausmäärien mukaisesti, mikä puolestaan jälleen vähentää kangasjätteen määrää. Yksityiskohtien ja värien käytön mahdollisuudet digitaalipainossa ovat lähes rajattomat. Väriteknologia perustuu CMYK-järjestelmään, joka mahdollistaa miljoonien värisävyjen tuottamisen. Siinä missä perinteisillä painomenetelmillä värejä voidaan painaa kankaalle vain yksi kerrallaan, mustesuihkutulostuksella niitä voi-

daan tuottaa kankaalle yhdellä painokerralla rajattomasti. Painokuva ei myöskään ole sidottu mihinkään tiettyyn raporttikokoon, vaan tulostamalla kankaalle voidaan painaa vaikka koko seinän kokoisia kuvia. Ainoa rajoite on käytettävän ohjelmiston kyky käsitellä suuria tiedostoja. (Bowles & Isaac 2009, 178–179.)

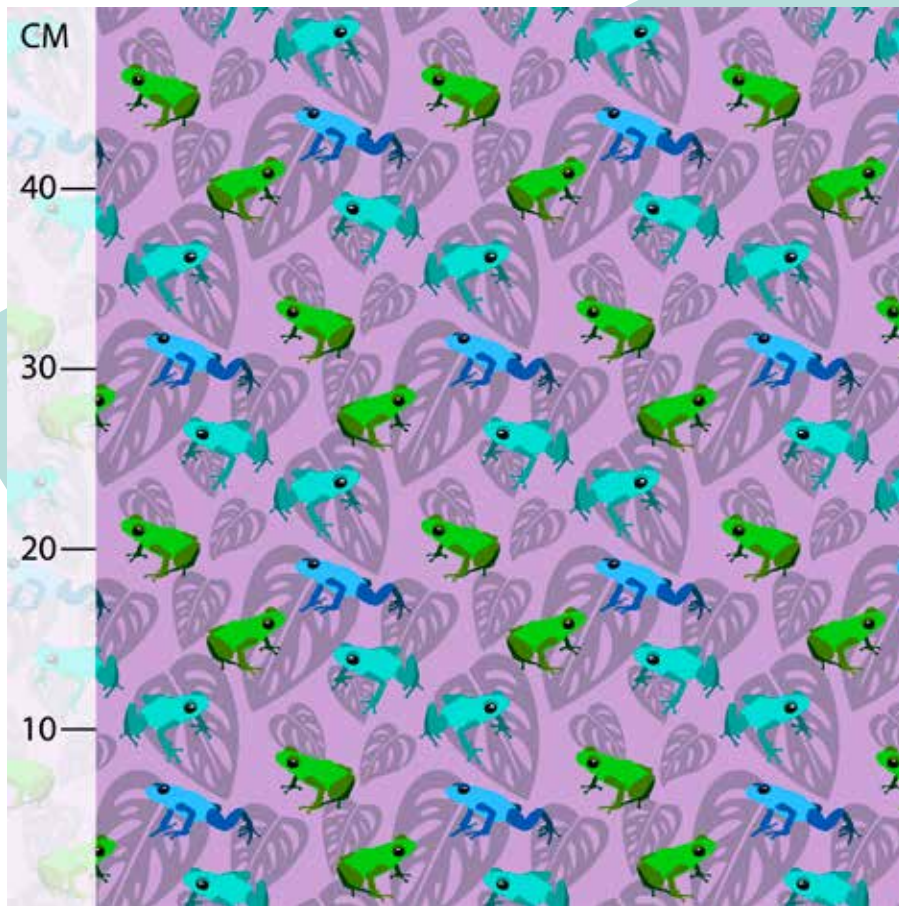
Huonoina puolina digitaalipainotekniikasta voidaan mainita sen kallis hinta ja itse painoprosessin hitaus verrattuna esimerkiksi rotaatiopainoon. Sillä ei myöskään voida vielä toteuttaa monia koristeellisia painojälkiä, kuten polttopaino tai metallivärit, jotka onnistuvat esimerkiksi silkkipainotekniikalla. (Bowles & Isaac 2009, 179.)

6 *Kuosit*

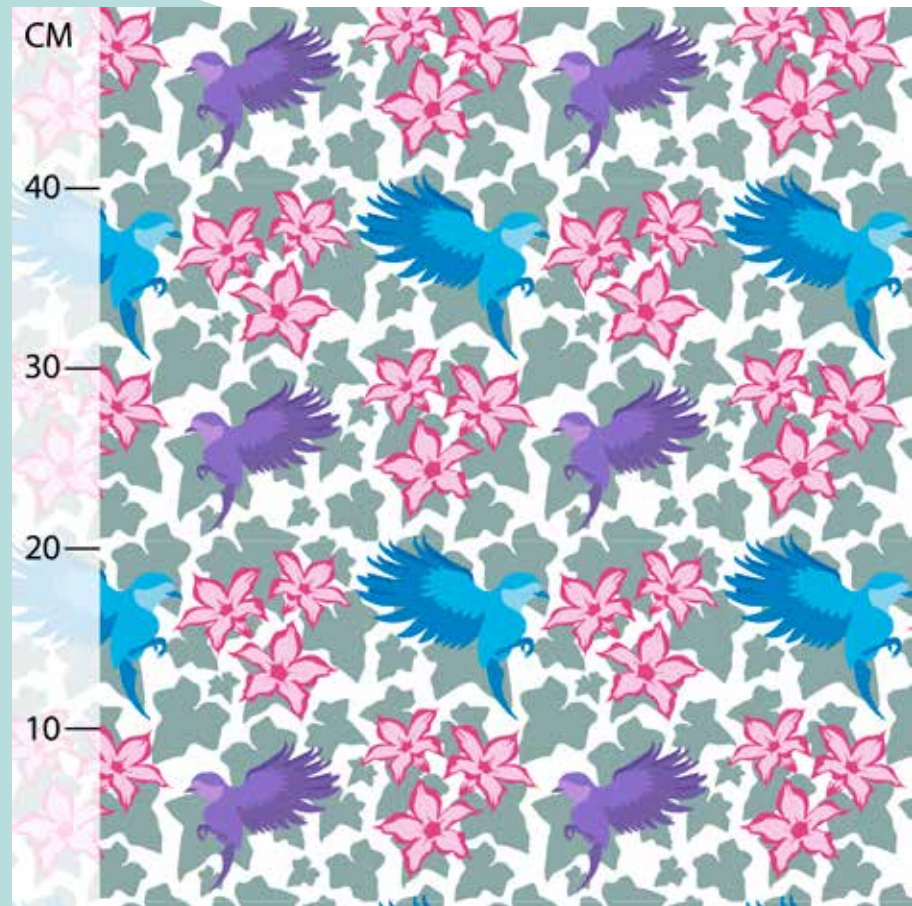
Opinnäytteessä toteutettiin laadittujen kuvakollaasien pohjalta neljä uutta kuosia. Koska tapani työskennellä on suurimmaksi osaksi ”pääsisäinen”, eli työstän ideoita mielessäni pitkälle jo ennen kuin laitan yhtään ajatusta paperille, kollaasit olivat melko suoria referenssejä sille, mitä elementtejä kuoseihin sisällytettäisiin ja minkälaisilta ne tulisivat näyttämään. Kuosien painoraportit löytyvät liitteestä 2.

Paradise-kuosista syntyi elegantimpi ja aikuisempi vaihtoehto Ontsibuu Designin valikoimaan, mutta tyyllisesti se oli kuitenkin hyvin yrityksen näköinen ja linjassa yrityksen perusolemuksen kanssa (kuva 17). Viileät värit muodostavat harmonisen, mutta kuitenkin raikkaan kokonaisuuden. Värimaailmaan sisällytettiin asiakaskyselyn vastaajien suosikkiväreihin kuuluneita violettia, sinistä ja vaaleanpunaista. Värejä kuosissa on yhteensä yksitoista valkoisella taustalla. Linnut ja kukat ovat neutraaleja aiheita, mutta ne tyylieltiin persoonallisen näköisiksi. Kuosin raportin korkeudeksi valittiin 20 cm ja leveydeksi määräytyi näin 20,4 cm. Tässä koossa kuosi soveltui parhaiten keskikokoisiin tuotteisiin, kuten kangaskasseihin ja tyydynpäällisiin.

Dartfrog-kuosissa vihreän ja sinisen eri sävyissä loistavat pikkusammakot loikkivat violetilla menninkäisenlehtitaustalla (kuva 18). Kuosi on iloinen, kuten Ontsibuun kuosin kuuluukin olla. Sammakot olivat persoonallinen ja hieman erilainen valinta eläinaiheeksi. Kuosista tehtiin kaksi eri väriverstiä, jotka poikkesivat toisistaan sammakoiden värin osalta (liite 3). Ensimmäisessä versiossa sammakoita oli kolmessa eri sinisen ja vihreän sävyssä, toisessa kaikki sammakot olivat samaa turkoosin sävyä. Tausta oli molemmissa sama. Väri vaihtoehdot jaettiin sosiaalisessa mediassa, ja ihmisiä pyydettiin valitsemaan niistä mieluisempi. Suosittumaksi osoittautui vaihtoehto, jossa sammakoita oli vaaleanvioletilla taustalla monenvärisinä. Kuosissa käytettiin kyselyyn vastanneiden suosikkiväreistä vihreää, turkoosia, sinistä ja violettia. Värien kokonaismäärä oli 12. Raportin korkeudeksi asetettiin 25 cm, jolloin leveydeksi tuli 16,7 cm yksittäisen sammakon korkeuden ollessa noin 4 cm. Tämän kokoisena raportti soveltui hyvin keskikokoisiin, mutta myös pienempiin tuotteisiin, kuten pussukoihin.



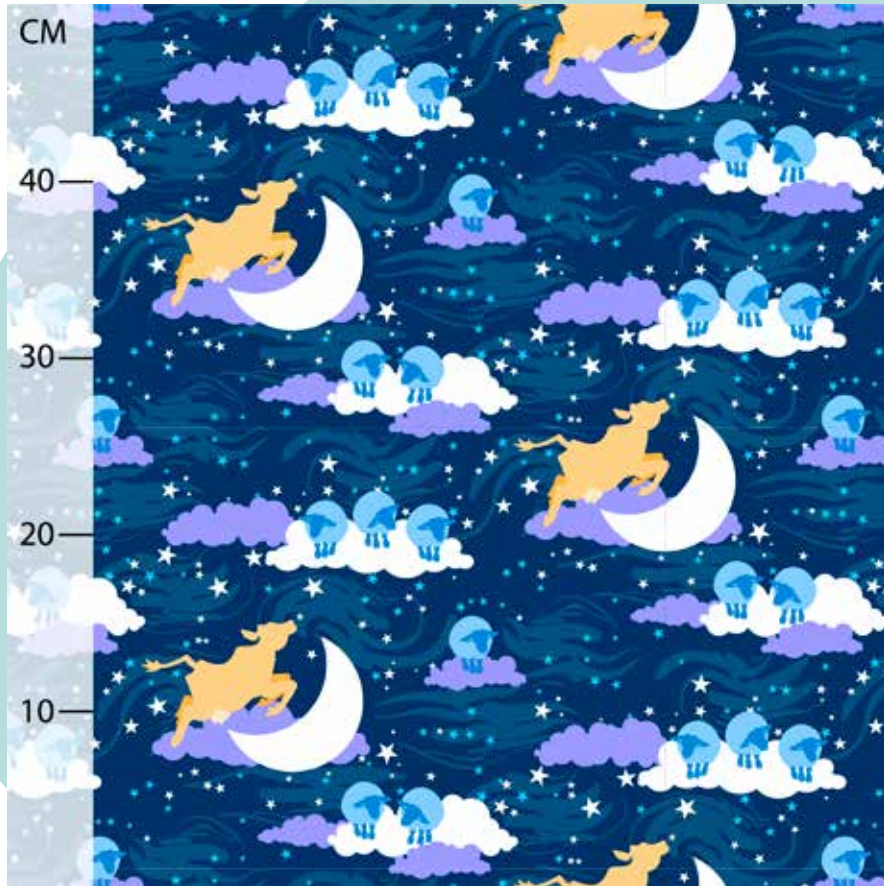
Kuva 18. Dartfrog-kuosi.



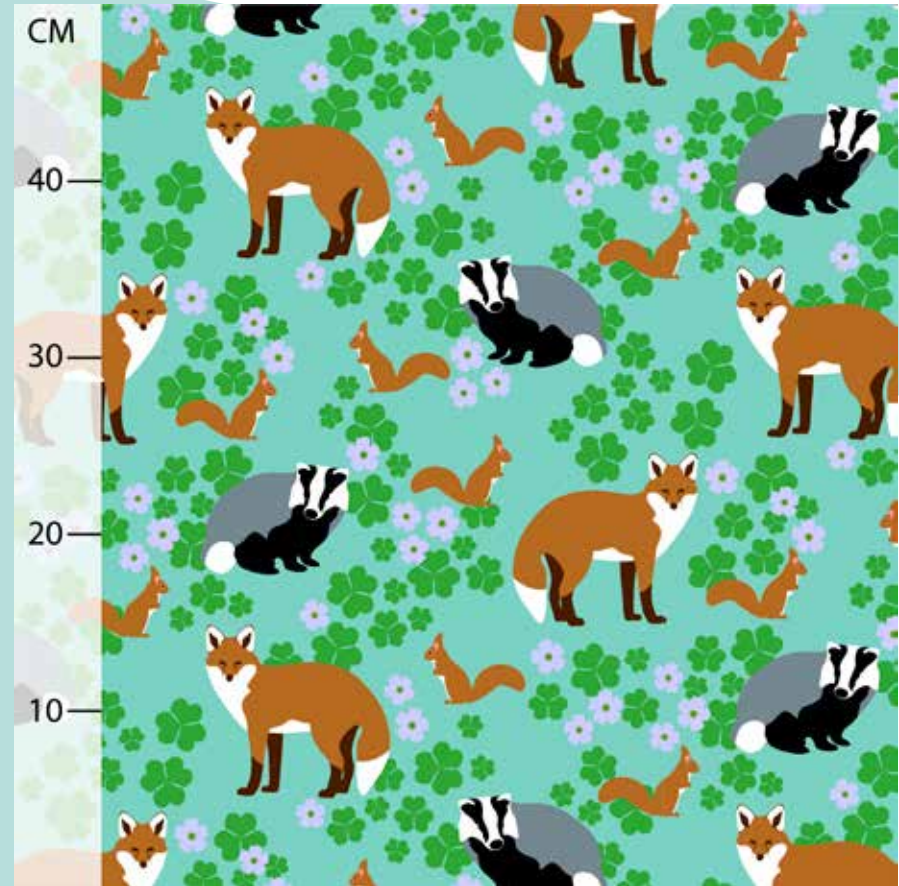
Kuva 17. Paradise-kuosi.

Over the Moon on selvästi "ontsibuumaisin" uusista kuoseista (kuva 19). Unimaisemassa lehmä hyppää yli kuun ja pienet lampaat seisovat pilvenhattaroilla. Kuosissa on paljon kerroksellisuutta ja sen tyyli on sarjakuvamainen. Raportin korkeudeksi valittiin 25 cm, jotta kuosi olisi helposti hyödynnettävissä keskikokoisiin tuotteisiin, kuten tyynyliinoihin. Raportin leveydeksi määräytyi 42,2 cm. Värejä kuosissa on valkoisella taustalla yhdeksän. Väriehdotuksia tehtiin tästäkin kuosista kaksi: vaaleanpunainen ja vaaleansininen (liite 3). Sosiaalisessa mediassa kysyttiin, kumpi väri miellytti enemmän, ja vastauksia kertyi enemmän sinisen kuosin puolesta. Koska kuosissa tapahtuu paljon, se sopisi mahdollisesti paremmin suurempiin tuotteisiin, kuten pussilakanoihin ja verhoihin, vähintään kaksi kertaa suurempana raporttina. Koska pienikokoisemmat tuotteet sopivat tällä hetkellä paremmin yrityksen toimintatapaan, raportti päätettiin kuitenkin jättää pieneksi.

Woodlands-kuosi on rauhallisine väreineen uusista kuoseista eniten Ontsibuu Designin linjasta poikkeava. (kuva 20). Ruskean ja harmaan sävyiset ketut, mäyrät ja oravat rauhoittavat kuosin tunnelmaa, ja kuosi sopisikin varmasti hyvin niille asiakkaille, jotka kaipasivat yrityksen valikoimiin hillitympiä kuosivaihtoehtoja. Kuvakollaasissa tavoiteltu raikas, keväinen tunnelma saatiin kuitenkin hyvin sisällytettyä kuosiin. Vaikka kuosin värimaailma ei ole yhtä villi kuin yrityksen muissa kuoseissa, tyyllisesti kuosi on kuitenkin selkeästi tunnistettavissa Ontsibuun kuosiksi. Värejä kuosissa on valkoisen lisäksi yhdeksän ja nousevan raportin kooksi asetettiin 30 x 90 cm.



Kuva 19. Kuva 19. Over the Moon -kuosi.



Kuva 20. Kuva 20. Woodlands-kuosi.

7 Tuotteistus

Ontsibuu Designin tuotteet ovat pääasiassa pienkäsitöitä, kuten pussukoita ja pipoja. Tuotevalikoimaa laajentamalla voidaan luoda yritykselle uusia markkinamahdollisuuksia ja tuoda valikoimiin käsityönä valmistettuja tuotteita edullisempia ”sisäänheittotuotteita”.

Aiheesta toteutettiin sähköpostihaastattelu, joka lähetettiin Ontsibuu Designin kanssa samalla toimialalla toimivalle yritykselle, KUI Design Oy:lle (liite 4). Haastattelussa kysyttiin, minkälaisia tuotteita yritys oli tuonut markkinoille toimintaa aloittaessaan ja olivatko tuotevalinnat olleet onnistuneita, sekä millä tuotteella yritys oli lyönyt läpi markkinoilla. Lisäksi kysyttiin, mikä oli yrityksen suosituin tuote sillä hetkellä, ja millaisia asioita yrityksen asiakkaat arvostavat tuotteissa. Lopuksi pyydettiin vielä vinkkejä siihen, millaisia tuotteita aloittelevan, kuosit vahvuudekseen kokevan yrityksen kannattaisi ottaa valikoimiinsa.

Turkulainen KUI Design aloitti toimintansa vuonna 2007 valmistamalla Jokiranta-aiheisia pussukoita ja ostoskasseja sekä lasten villatöppösiä. Tuotteet valikoituivat sattuman kautta, mutta valinnat koettiin onnistuneiksi. Lasten töppöset saavuttivat suuren suosion ja Turku-aiheiset tuotteet ovat edelleen yrityksen suosituimpia. Tällä hetkellä parhaiten myyvät pyyhkeet ja tyynyinpäälliset. KUI designin asiakkaat arvostavat kotimaisuutta, lähituotantoa ja laadukkaita materiaaleja. Ajatus pienen, paikallisen yrityksen tukemisesta miellyttää isojen halpaketjujen tuotantoa enemmän. Paikallisuus viehättää myös kuoseissa, ja kotiseutuaiheisten tuotteiden valikoima kasvaakin koko ajan. Helpoiksi ostettaviksi yrityksen valikoimasta yrittäjä Anna Hormio mieltää pikkupussukat ja -laukut sekä pyyhkeet. Erilaiset pientavarat, kuten vihot, heijastimet tai julisteet hän kokee myös matalan kynnyksen tuotteiksi, jotka asiakkaan

on helppo napata mukaan. (Henkilökohtainen tiedonanto. Anna Hormio. 20.3.2018.)

Asiakaskyselyn tuloksissa toistuivat samanlaiset teemat kuin KUI Designin haastattelussa. Vastaajat toivoivat valikoimiin lisää erilaisia pikkulaukkuja ja pussukoita, sekä keittiöpyyhkeitä ja koristetyynyinpäällisiä. Kun Over the Moon -kuosi julkaistiin sosiaalisessa mediassa, kommentteissa mainittiin sen sopivuus tyynyliinoihin. Pientavaroista Ontsibuu Designin valikoimiin sopivat hyvin vihot ja heijastimet, jotka ovat helppoja ja melko edullisia teettää, ja siten sopivia kohtuuhintaisiksi matalan ostokynnyksen tuotteiksi (Kuva 21). Ne ovat myös tuotteina sellaisia, ettei päätös niiden hankkimisesta vaadi pitkää harkinta-aikaa. Laukku- ja pussukamaailmasta uusiksi tuotteiksi sopivat kokonaan printtikankaasta valmistetut kangaskassit, joita voitaisiin valmistaa erilaisiin käyttötarkoituksiin monen kokoisia. Keittiöpyyhkeet ovat myös hyvä tuote, joka yrityksen kannattaa tuoda valikoimiinsa. Ne ovat nopeita ja yksinkertaisia valmistaa, ja niissä kuosit tulevat kauniisti esille. Ne sopivat hyvin myös lahjaksi annettaviksi. Tuotesuunnittelua tehdessä yrityksen kannattaa jatkossa panostaa erityisesti tuotteiden laatuun ja markkinoinnissa tuoda enemmän esiin yrityksen lähtökohtia ja arvoja, kuten pienyrittäjyyttä ja lähituotantoa.



Kuva 21. Tuote-ehdotuksia uusista kuoseista.

8 Tulokset

Opinnäytteen tavoitteena oli tuottaa uusia kuoseja Ontsibuu Designin valikoimiin ja miettiä miten kuoseja voitaisiin käyttää yrityksen tuotevalikoimassa. Opinnäytetyön alussa esitettiin kaksi tutkimuskysymystä:

Millaisia ovat Ontsibuu Designin uudet kuosit, ja

Millaisiin yritykselle uusiin tuotteisiin kuoseja voidaan käyttää?

Kysymyksiin etsittiin vastauksia esittämällä potentiaalisille asiakkaille kuosien käyttöön ja niiden ulkonäköön liittyviä kysymyksiä survey-tutkimuksessa, analysoimalla vastaajien suosikkibrändien kuoseja ja luomalla tutkimustulosten perusteella kuvakollaaseja, joita käytettiin kuosisuunnittelun perustana. Koska opinnäytteellä ei ollut ulkoista toimeksiantajaa, palautteen saamiseksi valmiit kuosit julkaistiin sosiaalisessa mediassa Ontsibuun Facebook- ja Instagram-tileillä, missä palautetta esimerkiksi väri vaihtoehtoihin liittyen oli mahdollista saada suoraan asiakkailta. Tuoteideoita saatiin asiakaskyselyn vastauksista sekä sosiaalisessa mediassa tehtyihin julkaisuihin jätetyistä kommentteista. Jo pidempään samalla alalla toimineen yrityksen haastattelusta saatiin sekä vahvistusta aiemmin prosessin aikana syntyneille ideoille, että uusia näkökulmia suunnitteluun.

Ontsibuun uudet kuosit ovat monipuolisempia kuin mallistossa jo olleet fantasiakuosit. Niissä on sekä aikuisille sopivia, elegantteja että lapsille sopivia, satumaisia vaihtoehtoja. Niissä on sekä pirteitä värejä että harmonisia värimaailmoja. Eläin- ja kasviaiheiden käyttö on kuoseja yhdistävä tekijä. Vaikka kuosit ovat teemoiltaan erilaisia, ne ovat tyyliiltään

samankaltaisia ja hyvin "ontsibuumaisia". Kaikki kuosit on helppo tunnistaa saman yrityksen tuottamiksi.

Uudet kuosit yrityksen kannattaa tuotteistaa niin yksilöllisiin käsitöihin kuin matalan ostokynnyksen pientavaroihin. Yrityksen näkökulmasta potentiaalisimpia uusia tuotteita tulevaan valikoimaan ovat erilaiset tyyneiliinat ja koristetyynynpäälliset, keittiöpyyhkeet, muistivihot ja heijastimet.

Yrityksen toiminnan kannalta opinnäytetyö oli onnistunut. Se auttoi ymmärtämään potentiaalisen asiakaskunnan tarpeita ja toiveita ja kannusti tuotetta yrittäjää astumaan pois omalta mukavuusalueeltaan parhaan mahdollisen lopputuloksen tuottamiseksi. Opinnäytetyöprosessin näkyminen yrityksen sosiaalisessa mediassa toi yritykselle osaltaan lisänäkyvyyttä. Opinnäytetyön puitteissa syntyneet kuosit olivat mielenkiintoisia ja käyttökelpoisia. Esitetyt tuoteideat olivat toteutuskelpoisia ja niissä oli huomioitu asiakasnäkökulmat yrityksen toimintaa edistävästi. Tuore yrittäjä puolestaan oppi opinnäytetyöprosessissa asettamaan itselleen ja toiminnalleen raameja ja aikatauluja. Niissä pysymistä yrittäjän kannattaa kuitenkin vielä harjoitella. Tuotteistukseen liittyen olisi myös voitu haastatella useampaa yritystä ja haastattelut olisi kannattanut toteuttaa henkilökohtaisesti kasvokkain. Näin olisi voitu saada enemmän erilaisia näkökulmia ja vinkkejä ja siten päästä monipuolisempaan ja perusteellisempaan lopputulokseen.

Lähteet

Angelic Pretty 2018. Brand Concept. Viitattu 26.2.2018. angelicpretty.com/en > Brand Concept

Anttila, P. 2000. Tutkimisen taito ja tiedon hankinta. Hamina: Akatiimi Oy

Arnkil, H. 2007. Värit havaintojen maailmassa. Helsinki: Gummerus Kirjapaino Oy

Bowles, M. & Isaac, C. 2009. Digital Textile Design. Lontoo: Laurence King Publishing Ltd

Kierti 2009. Viitattu 26.2.2018. Etusivu. kierti.fi

Kierti 2013. Viitattu 26.2.2018. Eettisyys. kierti.fi > Tuotetiedot

Pellonpää-Forss, M. 2009. Kankaanpainanta. Helsinki: Gummerus Kirjapaino Oy

Printscorpio 2018. Viitattu 21.3.2018. printscorpio.fi > DIGITEX reaktiiviväritulostus

Seivewright, S. 2007. Research and Design. Lausanne: AVA Publishing SA

Vallila Interior 2018. viitattu 26.3.2018. vallilainterior.fi > yhtiö > historia

Kuvalähteet

Kuva 6. Hokusai: Kanagawan suuri aalto (1829–1832)

Wikimedia Commons 2010. Viitattu 16.1.2018. https://commons.wikimedia.org/wiki/%E7%A5%9E%E5%A5%88%E5%B7%9D%E6%B2%96%E6%B5%AA%E8%A3%8F#/media/File:Flickr_-_%E2%80%A6trialsanderrors_-_Hokusai,_Under_the_great_wave_off_Kanagawa,_ca._1832.jpg

Kuva 7. Angelic Prettyn kuoseja.

Angelic Pretty 2018. Viitattu 26.2.2018. http://angelicpretty-onlineshop.com/products/detail.php?product_id=4108

Angelic Pretty 2018. Viitattu 26.2.2018. http://angelicpretty-onlineshop.com/products/detail.php?product_id=4168

Angelic Pretty 2018. Viitattu 26.2.2018. http://angelicpretty-onlineshop.com/products/detail.php?product_id=4236

Angelic Pretty 2018. Viitattu 26.2.2018. http://angelicpretty-onlineshop.com/products/detail.php?product_id=4281

Kuva 8. Kiertin kuoseja.

Kierti 2018. Viitattu 26.2.2018. <https://www.kierti.fi/tuotteet.html?id=8/212>

Kierti 2018. Viitattu 26.2.2018. <https://www.kierti.fi/tuotteet.html?id=8/281>

[html?id=8/209](https://www.kierti.fi/tuotteet.html?id=8/209)

Kierti 2018. Viitattu 26.2.2018. <https://www.kierti.fi/tuotteet.html?id=10/559879>

Kierti 2018. Viitattu 26.2.2018. <https://www.kierti.fi/tuotteet.html?id=10/344769>

Kierti 2018. Viitattu 26.2.2018. <https://www.kierti.fi/tuotteet.html?id=10/200>

Kierti 2018. Viitattu 26.2.2018. <https://www.vallila.fi/products/helka-kangas-150-cm>

Kuva 9. Vallilan kuoseja.

Vallila 2018. Viitattu 5.3.2018. <https://www.vallila.fi/products/diego-kangas-150-cm>

Vallila 2018. Viitattu 5.3.2018. <https://www.vallila.fi/products/rauma-kangas-150-cm>

Vallila 2018. Viitattu 5.3.2018. <https://www.vallila.fi/products/pitaja-matto-80x230-cm>

Vallila 2018. Viitattu 5.3.2018. <https://www.vallila.fi/products/pitaja-matto-80x230-cm>

Vallila 2018. Viitattu 5.3.2018. <https://www.vallila.fi/products/kauris-matto-o-133-cm?variant=10402634530859>

Vallila 2018. Viitattu 5.3.2018. <https://www.vallila.fi/products/satumetsa-matto-133x190-cm?variant=10395224571947>

Kuva 10. Lintuaiheinen kuvakollaasi.

Pexels 2018. Viitattu 14.3.2018. <https://www.pexels.com/photo/beautiful-bird-bloom-blossom-414181/>

Pexels 2018. Viitattu 14.3.2018. <https://www.pexels.com/photo/nature-animal-park-birds-33101/>

Pexels 2018. Viitattu 14.3.2018. <https://www.pexels.com/photo/agriculture-plant-leaf-flower-65653/>

Pexels 2018. Viitattu 14.3.2018. <https://www.pexels.com/photo/nature-summer-plant-spring-40722/>

Kuva 11. Viidakkoaiheinen kuvakollaasi.

Viitattu 9.3.2018. <https://www.pexels.com/photo/black-and-brown-frog-on-three-branch-753256/>

Viitattu 9.3.2018. <https://www.pexels.com/photo/orange-and-black-frog-674318/>

Kuva 12. Satuaiheinen kuvakollaasi.

Wikimedia Commons. Viitattu 14.3.2018. https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Lleyn_sheep.jpg

Pexels 2018. Viitattu 14.3.2018. <https://www.pexels.com/photo/sky-space-milky-way-stars-110854/>

Pexels 2018. Viitattu 14.3.2018. <https://www.pexels.com/photo/atmosphere-blue-sky-cloud-clouds-216630/>

Pexels 2018. Viitattu 14.3.2018. <https://www.pexels.com/photo/astrology-astronomy-black-and-white-crater-399973/>

Kuva 13. Metsäaiheinen kuvakollaasi.

Pixabay 2018. Viitattu 19.3.2018. <https://pixabay.com/fi/el%C3%A4inten-jyrsij%C3%A4-orava-2456566/>

Pixabay 2018. Viitattu 19.3.2018. <https://pixabay.com/fi/siili-lapsi-nuori-siili-siili-1759006/>

Pixabay 2018. Viitattu 19.3.2018. <https://pixabay.com/fi/fuchs-red-fox-petoel%C3%A4in-2984320/>

Pixabay 2018. Viitattu 19.3.2018. <https://pixabay.com/fi/villi-valkosipuli-matkalla-mets%C3%A4-3127591/>

Pixabay 2018. Viitattu 19.3.2018. <https://pixabay.com/fi/k%C3%A4enkaali-luonnonvaraisten-kukka-1407475/>

Kuva 15. Valokuvasta kuvioksi.

Aquarium of the Pacific 2018. Viitattu 10.3.2018. http://www.aquariumofpacific.org/onlinelearningcenter/species/red_backed_poison_dart_frog

Liite 1

Wikimedia Commons 2012. Viitattu 16.1.2018. https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Van_Gogh_-_Starry_Night_-_Google_Art_Project.jpg

Wikimedia Commons 2010. Viitattu 16.1.2018. https://commons.wikimedia.org/wiki/%E7%A5%9E%E5%A5%88%E5%B7%9D%E6%B2%96%E6%B5%AA%E8%A3%8F#/media/File:Flickr_-_%E2%80%A6trialsanderrors_-_Hokusai,_Under_the_great_wave_off_Kanagawa,_ca._1832.jpg

Wikimedia Commons 2010. Viitattu 16.1.2018. https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Henri_Rousseau_-_Il_sogno.jpg

Wikimedia Commons 2012. Viitattu 16.1.2018. [https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Ambrosius_Bosschaert_the_Elder_\(Dutch_-_Flower_Still_Life_-_Google_Art_Project.jpg](https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Ambrosius_Bosschaert_the_Elder_(Dutch_-_Flower_Still_Life_-_Google_Art_Project.jpg)

Wikimedia Commons 2016. Viitattu 16.1.2018. https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Piet_Mondriaan,_1930_-_Mondrian_Composition_II_in_Red,_Blue,_and_Yellow.jpg

Wikimedia Commons 2013. Viitattu 16.1.2018. [https://commons.wikimedia.org/wiki/File:%27Windows_Open_Simultaneously_\(First_Part,_Third_Motif\)%27_by_Robert_Delaunay.JPG](https://commons.wikimedia.org/wiki/File:%27Windows_Open_Simultaneously_(First_Part,_Third_Motif)%27_by_Robert_Delaunay.JPG)

Asiakaskysely

Ontsibuu^{Design}

Tervetuloa!

Vastauksiasi saa käyttää opinnäytteen aineistona! *

Kyllä

Perustietoja minusta

Sukupuoleni *

- Mies
 Nainen
 Muu
 En tahdo ilmoittaa

Ikäni *

- Alle 15
 15-18
 19-21
 22-25
 26-35
 36-45
 46-55
 Yli 55

Lempiväriini

Minä kuosien kuluttajana

Liite 1 1 (3)

Kuoseilla tarkoitetaan tässä kyselyssä värien ja kuvien muodostamaa visuaalista pintakuviota, joka vaikuttaa oleellisesti tuotteen ulkonäköön. Esimerkkejä kuoseista ovat muunmuassa Marimekon Unikko ja Tataraita sekä Ontsibuun vetoketjupussukoiden Journey ja Seamus -kuosit.

Pukeutumisesissäni kuoseja löytyy... *

- Takeista
 Paidoista
 Housuista
 Alusvaatteista
 Yöasuista
 Sukista
 Huiveista/kaula/liinoista
 Hatuista/pipoista
 Hanskoista/lapasista
 Laukuista
 Kasseista
 Repuista
 Muualta, mistä:
 Vaatteeni ja asusteeni ovat yksivärisiä

Kotonani kuoseja löytyy... *

- Nukeista
 Astioista
 Sisustustyynyistä
 Torkkupoistoista
 Tarjotteluvista
 Matoista
 Vähoista/muistikirjoista
 Lakanoista
 Pyyhkeistä
 Laudeliinoista/pefleteistä
 Keittiöpyyhkeistä
 Patalapuista/patakirjoista/pannunalusista
 Muualta, mistä:
 Suosin yksivärisiä sisustustuotteita

Minä kuosien kuluttajana

Ostan kuosillisia... *

En koskaan

Todella harvoin

Silloin tällöin

Nelko usein

Jatkuvasti

Vaatteita	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Asusteita	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sisustustuotteita	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kodintekstiilejä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Astioita	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Paperitavaroita	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Ostan kuosillisia tuotteita... *

	En koskaan	Todella harvoin	Siihoin silloin	Melko usein	Jatkuvasti	Ei koske minua
Itselleni	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Lapselleni	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Puolisolleni	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Lemmikilleni	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Lahjaksi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Tahdon vielä lisätä, että...

Mielityksieni

Värit: Pidän kuoseista, joissa on... *

- Paljon eri värejä
- Vähän eri värejä
- Isoja värialueita
- Kirkas tehosteväri
- Harmoniset värit
- Räskeät värit
- Kirikkaita värejä
- Hempettä värejä
- Harmaan sävyjä
- Luonnollisia sävyjä
- Muuta, mitkä?

Kuviot: Pidän kuoseista, joissa on... *

- Eläimiä

- Kukkia
- Kasveja
- Ruokia
- Esineitä
- Tuttuja hahmoja (esim. Moomit, Disney-hahmot)
- Fantasiaolentoja (kieruja, peikkoja, yksisarvisia, lohikaarmeita jne.)
- Geometrisiä muotoja
- Abstrakteja kuvioita
- Raitoja
- Pikkukuja
- Realistisia kuvia
- Muita kuvioita, mitkä?

Tyyli: Pidän kuoseista, joiden tyyli on... *

- Abstrakti
- Realistinen
- Maalausmainen
- Sarjakuvamainen
- Lapsekas
- Yksityiskohtainen
- Selkeä, ei pieniä yksityiskohtia
- Muu, millainen?

Suosikkibrändini / -suunnittelijani / -paikkani hankkia kuosillisia tuotteita *

Valitse vaihtoehto, joka miellyttää sinua eniten

Väripaletti *



1



2



3



4

Gradienti *



1



2

Maalaus *



Vincent Van Gogh



Hokusai



Hieronymus Bosch



Ambrosius Bosschaert



Piet Mondrian



Robert Delaunay

Perusteluja valinnoilleni

Vapaa sana!

Minkälaisia kuoseja tai tuotteita sinä toivoisit näkeväsi jatkossa Ontsibuun valikoimissa?

Kiitos!

Antamalla sähköpostiosoitteesi osallistut tuotepalkinnon arvontaan! Voittajalle ilmoitetaan henkilökohtaisesti.

Sähköposti

100% valmiina



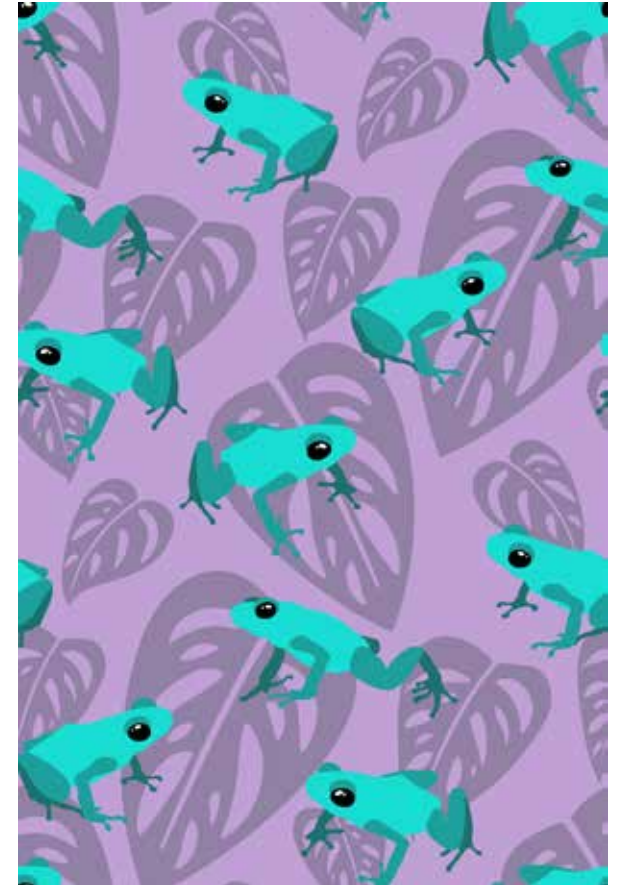
Kuosien painoraportit







Vaihtoehtoiset väriehdotukset Dartfrog ja Over the Moon -kuoseista



Sähköpostihaastattelu

Hei!

Olen tekemässä opinnäytetyötä, jonka tavoitteena on kehittää vuosi sitten perustetun toiminimeni, Ontsibuu Designin, toimintaa. Opinnäytteeni keskittyy kuosisuunnitteluun, mutta lisäksi pohdin myös, millaisiin tuotteisiin kuoseja voitaisiin ja kannattaisi käyttää. Olisi ihan mahtavaa, jos teillä olisi hetki aikaa kertoa omista kokemuksistanne vastaa-malla näihin muutamaan kysymykseen. Kerrottehan minulle, jos ette tahdo nimeänne tai yrityksenne nimeä mainittavan opinnäytetyössä.

1. Millä tuotteilla aloititte toimintanne?
2. Miksi valitsitte juuri nämä tuotteet?
3. Koitteko, että valinnat osuivat oikeaan?
4. Mikä oli "läpilyöntituotteenne"? Onko se edelleen valikoimassanne?
5. Mikä on tällä hetkellä suosituin tuotteenne?
6. Minkälaisia asioita asiakkaanne arvostavat?
7. Minkälaisia tuotteita suosittellette aloittavalle yritykselle, jonka vahvuus ovat persoonalliset kuosit?

Ystävällisin terveisin ja paljon kiitoksia jo etukäteen,

Suvi Hyvönen, pian valmis muotoilija Turun Ammattikorkeakoulusta