



ARVOISTA KORUKSI

Käyttäjälähtöistä suunnittelua messuille

Virpi Muhonen

Saana Ulinampa





ARVOISTA KORUIKSI
Käyttäjälähtöistä suunnittelua messuille

Opinnäytetyö

**Virpi Muhonen
Saana Ylinampa**

Muotoilun koulutusohjelma

Tuotemuotoilu

SAVONIA- AMMATTIKORKEAKOULU Kulttuuriala, Kuopio	
OPINNÄYTETYÖ Tiivistelmä	
Koulutusohjelma: Muotoilun koulutusohjelma	
Suuntautumisvaihtoehto: Tuotemuotoilu	
Työn tekijä(t): Virpi Muhonen, Saana Ylinampa	
Työn nimi: Arvoista koruiksi -Käyttäjälähtöistä suunnittelua messuille	
Päiväys: 1.12.2010	Sivumäärä / liitteet: 95 sivua, 4 liitettä
Ohjaajat: Antti Kares, Risto Nylund	
Työyksikkö / projekti:	

Tiivistelmä:

Opinnäytetyö syntyi pohdinnasta, kuinka voi erottua muotoilijana ja työllistyä valmistumisen jälkeen. Opinnäytetyö toteutettiin parityönä ja sen aiheena oli suorittaa käyttäjälähtöinen tuotesuunnitteluprosessi, jonka tuloksena syntyi neljä korusarjaa. Käyttäjäsegmentoinnissa käytettiin Martti Puohiniemen arvokonfliktitypologiaa, joka jakaa suomalaiset yhdeksään eri ryhmään heidän arvojensa perusteella. Ryhmää edustavaa henkilöä kutsutaan arvotyypiksi.

Kaikkia yhdeksää arvotyyppiä pohdittiin Puohiniemen analyysien avulla. Näiden pohjalta heistä tehtiin visuaaliset hahmot ja heidän korumieltymyksiään kuvattiin mielikuvataulujen avulla. Neljän arvotyypin kohdalla tuotesuunnitteluprosessi eteni valmiiseen korusarjaan asti. Suunniteltujen korusarjojen kohteina olivat kollektiivinen hedonisti, itsenäinen, itseohjautuva universalisti ja individualistinen hedonisti. Tuotesuunnitteluprosessin tavoitteena oli myös omien rajojen kokeilu ja osaamisen kehittäminen.

Suunniteltujen korujen jakelukanavana ovat messut, jonka vuoksi opinnäytetyössä perehdyttiin myös messuihin. Messuihin tutustuttiin tiedonkeruulla ja konkreettisilla messuvierailuilla. Arvokonfliktitypologian eri ryhmät vierailevat eri messuilla arvojensa mukaan. Eri messuista valittiin tähän opinnäytetyöhön tarkasteltavaksi häämessut. Korusarjoja ei kuitenkaan suunniteltu hääkoruiksi, vaan suunnittelun kohteena olivat nimenomaan häämessuilla vierailevat arvotyypit. Tuotesuunnitteluprosessin tuloksena syntyneet korusarjat ovat nimeltään Muisto, Ruska, Erämään lilja ja Tuulen taide.

Avainsanat: (1-5) käyttäjälähtöinen, arvot, suunnittelu, korumallisto

Julkinen x

Salainen __

SAVONIA UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES Culture, Kuopio	
THESIS Abstract	
Degree Programme: Degree programme in design	
Option: Product design	
Authors: Virpi Muhonen, Saana Ylinampa	
Title of Thesis: From Values Into Jewellery – User-Centered Product Design for Trade Shows	
Date: 1.12.2010	Pages / appendices: 95 pages, 4 appendices
Supervisor: Antti Kares, Risto Nylund	
Contact persons:	

<p>Abstract:</p> <p>The idea for the final project originated from the contemplation how to stand out and get employed as a designer. The theme of the project was to accomplish a user-centered product design process, which would result into four jewellery collections. Martti Puohiniemi’s value conflict typology was used as a user segmentation. The typology separates Finnish people into nine groups depending on their values. A person who represents his/her group is called a value type.</p> <p>All nine value types were discussed with the help of Puohiniemi’s analyses. Based on these analyses also visual figures of them and image boards of their jewellery preferences were created. The product design process proceeded into finished jewellery collections for the four value types. The target groups were collective hedonist, independent, self-guided universalist and individualist hedonist. Testing one’s own limits and developing one’s own know-how were also the goals of the product design process.</p> <p>Trade shows were explored because they are distribution channels for designed jewellery collections. They were studied by visiting them and by collecting information on them. Different value types visit different trade shows depending on their values. From these different trade shows, wedding trade shows were selected for closer examination. However, jewellery collections were not designed just for weddings. Value types, who visit wedding trade shows, were the actual target group of the product design. Jewellery collections, which were the result of the product design process, are called Muisto, Ruska, Erämään lilja and Tuulen taide.</p>
Keywords: (1-5) user-centered, values, design, jewellery collection
Public <input checked="" type="checkbox"/> Secure <input type="checkbox"/>

Sisällys

1	JOHDANTO	10
1.1	Tavoitteet.....	11
1.2	Toimintaympäristö	12
1.3	Prosessikaavio ja lähtökohdat	13
2	KÄYTTÄJÄTIETO TUOTESUUNNITELUSSA	16
2.1	Käyttäjätieto	17
2.2	Arvojen maailma.....	18
2.3	Martti Puohiniemen arvokonfliktityologia.....	20
2.4	Käyttäjäsegmentointi apuna tuotesuunnittelussa.....	21
3	TUOTESUUNNITTELU	24
3.1	Puohiniemen arvotyypit, visuaaliset hahmot ja heidän korumaailmansa	26
3.2	Messut jakelutienä.....	36
3.2.1	Messuvierailut tiedonhakuna	37
3.2.2	Tiedon hyödyntäminen tuotesuunnittelussa.....	38
3.2.3	Arvotyyppien jakautuminen eri messuille	39
3.2.4	Häämessut.....	40
3.3	Virpin tuotesuunnittelu	41
3.3.1	Kollektiivinen hedonisti	44
3.3.2	Itsenäinen	48
3.4	Saanan tuotesuunnittelu	53
3.4.1	Itseohjautuva universalisti.....	56
3.4.2	Individualistinen hedonisti	60
4	VALMIS MALLISTO	64
4.1	Virpin korusarjat	65
4.1.1	Kollektiivisen hedonistin korusarja, Muisto.....	66
4.1.2	Itsenäisen korusarja, Ruska	68
4.2	Saanan korusarjat	71
4.2.1	Itseohjautuvan universalistin korusarja, Erämaan lilja.....	72
4.2.2	Individualistisen hedonistin korusarja,Tuulen taide	74
5	PÄÄTÄNTÄ	76
	KUVALUETTELO	82
	LÄHTEET	94
	LIITTEET	
	Liite 1 Loput Puohiniemen arvotyypit, visuaaliset hahmot ja heidän korumaailmansa	
	Liite 2 Lahden jalo- ja korukivimessuvierailun raportti	
	Liite 3 Jyväskylän kädentaitomessuvierailun raportti	
	Liite 4 Häämessujen kävijätutkimus	



1

Johdanto

"Kuinka löydän paikkani muotoilijana?"

"Mikä on oma tyylini muotoilussa?"

"Kuinka saan jotain uutta suunnitteluun?"

Alallamme korumuotoilussa on erittäin tärkeää pystyä erottumaan. Muotoilijalle on eduksi oma selkeä tyyli, joka on helposti tunnistettavissa. Myös tuotteiden tulee olla asiakkaiden mielestä kiinnostavia ja haluttavia, jotta on mahdollista saada jalansijaa markkinoilta ja menestyä. Tämä on asia, jota olemme miettineet jo kauan ennen opinnäytetyötä. Kuinka meidän on mahdollista löytää oma paikkamme suuresta joukosta?

Jotta mahdolliset asiakkaat saataisiin kiinnostumaan, on meidän pystyttävä tarjoamaan juuri heille sopivia tuotteita. Koruja hankkiessa on eri ihmisillä erilaiset kriteerit ostopäätökseensä. Meidän tulee tietää mitä he haluavat ja mitkä asiat vaikuttavat pohjimmiltaan valintaan. Ei ole järkevää suunnitella vain itseään miellyttäviä korusarjoja. Tämän vuoksi opinnäytetyössämme on keskeisessä osassa käyttäjälähtöisyys, joka on lähtökohdana tuotesuunnittelulle.

1.1 Tavoitteet

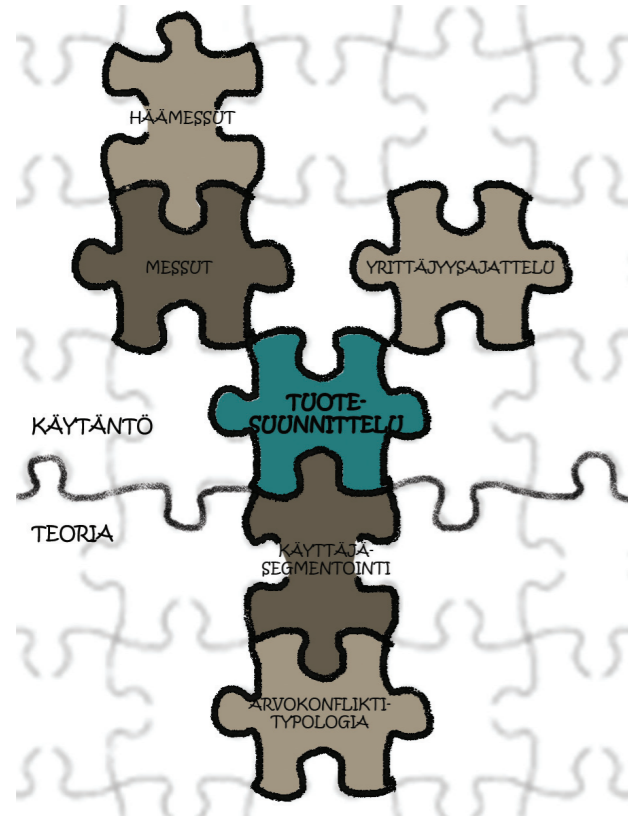
Käyttäjälähtöisen tuotesuunnittelun hyödyntämistä voidaan sanoa tässä opinnäytetyössä päätavoitteeksemme. Sen pohjana on perusteellinen käyttäjätieto, jona käytämme Martti Puohiniemen arvokonfliktitypologiaa. Arvokonfliktitypologia jakaa suomalaiset yhdeksään eri ryhmään heidän arvojensa perusteella. Näin ollen pystymme käyttämään näitä yhdeksää ryhmää suoraan tuotesuunnittelumme käyttäjäsegmentoinnissa. Tavoitteenamme on perehtyä eri ryhmiin, eli eri arvotyyppien hyvin perusteellisesti. Pohdimme heitä myös korujen käyttäjinä, jolloin tarkoituksena on muun muassa tehdä heidän koruistaan ideataulut.

Suunnittelemiemme korujen jakelutieksi olemme valinneet messut. Tulevaisuudessa messumyynti toteutettaisiin Saanan dsy-yrityksen kautta. Tässä opinnäytetyössä yhtenä tavoitteena onkin syventää yhteistyötämme tätä ajatusta silmällä pitäen. Yritys on ainoastaan taustalla viitoittamassa tietä, eikä se näin ollen kuulu päätavoitteisiimme. Yritysjajattelu on kuitenkin mukana tässä opinnäytetyössä, koska haluamme löytää paikkamme työelämästä muotoilijoina. Nykypäivänä yrittäjäyys on mielestämme yksi todennäköisin keino itsemme työllistämiseen alallamme.

Tavoitteenamme tulevaisuudessa on, että meillä on tarjota korusarjoja jokaiselle yhdeksälle arvokonfliktitypologian arvotyyppille. Jokainen arvotyyppi käy joillakin messuilla, näin ollen pystymme osallistumaan eri korusarjoilla aina eri messuille. Tässä opinnäytetyössä keskitymme kuitenkin häämessuilla käyviin arvotyyppien, jolloin myös tuotesuunnittelumme kohdistuu heihin. Suunnittelemmekin molemmat kaksi korusarjaa, jotka yhdessä muodostavat malliston häämessuille. Koruja ei kuitenkaan ole suunniteltu pelkästään hääkoruiksi, vaan lähtökohdat suunnittelulle ovat olleet nimenomaan arvotyypeissä.

Omassa tuotesuunnittelussamme tavoitteena on erityisesti omien rajojen kokeilu ja osaamisen kehittäminen. Tarkoituksenaamme on löytää itsellemme ominainen suunnittelutyyli, jota voimme hyödyntää myös tulevaisuudessa. Haluamme myös vahvistaa ja kehittää omaa muotoilijan tyyliämme.

1.2 Toimintaympäristö



Kuva 1. Toimintaympäristö

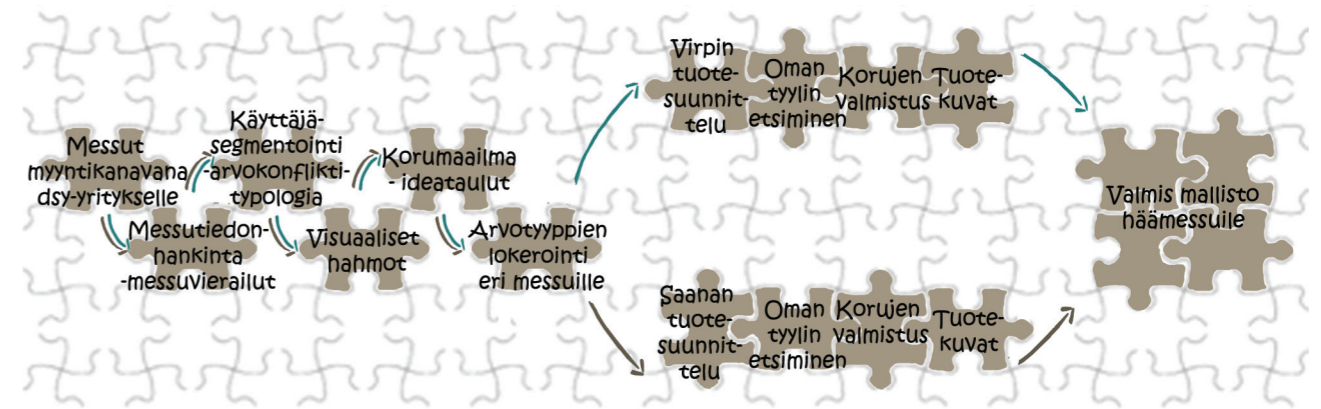
Olemme tiivistäneet kuvaan 1 Toimintaympäristö opinnäytetyömme kaikkein olennaisimmat aiheet: päätavoitteen ja keskeisimmät käsitteet. Nämä voidaan ajatella tärkeinä palasina, joista palapelimme, eli opinnäytetyömme rakentuu. Työmme keskeisimpänä osana ja päätavoitteena on toteuttaa käyttäjälähtöinen tuotesuunnittelu, joka onkin kuvattu toimintaympäristössä keskelle. Kaikki pohjatyömme on perustana ja tukena juuri tuotesuunnittelulle. Tuo-

tesuunnittelun ympärille on koottu muita oleellisia työn käsitteitä.

Toimintaympäristön voi jakaa kahtia: käytäntöön ja teoriaan. Käytännön puolelle kuuluvat päätavoitteen lisäksi muun muassa sitä tukevat aiheet, messut ja yrittäjyysajattelu. Messutieto on kerätty pääasiassa konkreettisilla messuvierailuilla ja sen tavoitteena on rajata ja ohjata tuotesuunnittelua. Messuista keskitymme tässä opinnäytetyössä häämessuihin. Ne ovat yksi keskeisistä ja meille tärkeistä tapahtumista. Verrattuna moniin muihin eri alojen messuihin, häämessuilla on tarjolla paljon koruja. Asiakkaiden yksi suurimmista syistä tulla messuille on nimenomaan korut. Yrittäjyysajatteluun kuuluu Saanan dsy-yritys, sillä meidän on tarkoitus toimia sen kautta messumyynnissä. Yritys ei ole kovin keskeisessä osassa työssämme, vaan se on taustalla viitoittamassa tietä.

Tuotesuunnittelua ympäröivät käsitteet voidaan jakaa kolmeen osaan, joista messut ja yrittäjyysajattelu käytiin läpi jo edellä. Toimintaympäristön teorian puolella on näistä käsitteistä kolmas, käyttäjäsegmentointi. Käyttäjäsegmentoinnin avulla tuotesuunnittelu voidaan käynnistää. Sen keskeisenä osana on käyttäjien arvomaailma, jota olemme tutkineet työssämme. Käyttäjäsegmentoinnin apuna käytämme Martti Puohiniemen arvokonfliktitylogiaa. Pohdimme typologian eri arvotyyppisiä erilaisina korunkäyttäjinä, jotka käyvät eri messuilla.

1.3 Prosessikaavio ja lähtökohdat



Kuva 2. Prosessikaavio

Kuvassa 2 näkyy prosessikaavio, joka kertoo, kuinka opinnäytetyömme prosessi etenee. Kaavion alusta lähtien työn etenemistä kuvataan nuolilla. Prosessikaaviossa kuvataan myös työmme roolijako: mitä olemme tehneet yhdessä ja milloin työ jakaantuu. Parityöskentely on hyvin keskeisessä osassa opinnäytetyössämme, ja sen perusteella suunnittelemme myös työmme sisällön. Haluamme tehdä opinnäytetyön parityöskentelynä, sillä meitä kiinnostava aihe on melko laaja. Kahdestaan meillä on paremmat lähtökohdat saada aikaan laaja ja meitä tyydyttävä kokonaisuus.

Olemme työskennelleet aikaisemminkin yhdessä erilaisissa projekteissa, joten meille on hyvin luontevaa tehdä myös opinnäytetyö yhdessä. Uskomme, että pystymme hyötymään parityöskentelystä mahdollisimman paljon. Etuna on esimerkiksi mahdollisuus jakaa töitä omien vahvuksiemme mukaan, mikä

auttaa huomattavasti työn etenemisessä. Suuri hyöty on myös siinä, että pystymme missä vaiheessa tahansa kommentoimaan toisen tekemisiä sekä auttamaan vaikeissa tilanteissa.

Prosessikaavion alussa näkyy ensimmäinen lähtökohta opinnäytetyöllemme. Saanan ajatuksena on ollut oman toiminimen perustaminen heti valmistuksen jälkeen. Yritys olisi nimeltään dsy, joka on lyhenne sanoista Design Saana Ylinampa. Yrityksen yhtenä myyntikanavana toimisivat messut, sillä yrityksellä ei luultavasti olisi sen toiminnan alussa liiketilaa, jossa sen tuotteita voisi myydä. Vaikka yritys olisikin Saanan, on tarkoituksenamme tehdä tulevaisuudessa yhteistyötä, jolloin myös Virpin tuotteita voitaisiin myydä dsy-yrityksen kautta. Myynti tapahtuisi nimenomaan juuri erilaisilla messuilla, jonka myynnin järjestäisimme yhdessä opinnäytetyön tulosten pohjalta.

Sen lisäksi, että lähdimme liikkeelle yrittäjyysläh-
tö-
sesti, ovat myös messut vahvana perustana ja lähtö-
kohtana työllemme. Alkuperäinen ajatuksemme oli
tutustua pääasiassa messuihin jakelutienä ja suun-
nitella omat mallistomme mahdollista messumyynti-
tä varten. Aloitimme opinnäytetyömme parissa jo
kevällä 2010, jolloin aloimme tutustua aiheeseen.
Keräsimme tietoa messuista yleensä ja toteutimme
ensimmäiset messuvierailumme. Vierailimme kak-
silla erilaisilla messuilla, joiden tuloksista kerromme
myöhemmin raportissamme. Vaikka messut eivät
osoittautuneetkaan niin vahvaksi osaksi opinnäyte-
työtämme, kuin aluksi luulimme, painoittui työsken-
telymme alkuvaiheessa juuri messujen tutkimiseen.
Opinnäytetyön alussa ei ollut vielä erityisen selkeää
roolijakoa, koska työskentelimme niin paljon yhdes-
sä.

Messutiedon hankinnan lisäksi tutustuimme myös
teoriaan. Työmme alussa keskeiseksi osaksi nousee
Martti Puohiniemen arvokonfliktitypologia, joka on
vahvana perustana tuotesuunnittelullemme. Arvo-
konfliktitypologian tarkoituksena on auttaa meitä
käyttäjäsegmennoinnissa, jolloin saamme määritel-
tyä useita erilaisia kohderyhmiä. Teorian on tarkoitus
myös jäsentää tuotesuunnitteluamme, jolloin pys-
tyimme saamaan aikaan erilaisia korusarjoja.

Puohiniemen arvokonfliktitypologiaan perehtymisen
jälkeen alamme miettiä omia määritelmiämme sen
eri ryhmistä. Haluamme tuoda esille omat näkemyk-
semme ja mielikuvamme arvotyypeistä. Kuvaamme
arvotyypit visuaalisina hahmoina Puohiniemen ana-
lyysien perusteella. Mietimme myös, minkälaisia
koruja kukin tyypeistä käyttäisi. Kokoamme jokai-
sen arvotyypin koruista mielikuvataulun, jossa käy-
tämme hyödyksi Mari Mäkelän opinnäytetyössään
esittelemää luokittelevaa ideataulua. Sovellamme
Mäkelän ideataulusta oman versiomme, joka sopii
meidän tarkoitukseemme hyvin. Ideataulu on apuna

tuotesuunnittelussa, jonka pohjalta pääsemme hyvin
eteenpäin.

Kun olemme perehtyneet tarkemmin eri arvotyyp-
peihin ja pohtineet heitä korujen käyttäjinä, alamme
miettiä, millä messuilla kukin tyyppi mahdollisesti kä-
visi. Osallistumme tulevaisuudessa monille erilaisille
messuille, joissa jokaisessa käy hyvin erilaisia ihmisiä.
Päätelimme eri arvotyyppien vierailevan eri tyyllisillä
messuilla, sillä jokaisella heistä on erilaiset arvot ja
näin ollen erilaiset mielenkiinnon kohteet. Työmme
jakaantuu oikeastaan vasta tämän jaottelun jälkeen.
Toteutamme tuotesuunnittelun erikseen, sillä mo-
lempien on tarkoituksena saada aikaan omat korusar-
jansa. Tosin käytämme mahdollisesti yhteistyö-
tämme hyväksi myös tässä vaiheessa, jos näemme
sen tarpeelliseksi. Tuotesuunnittelun jälkeen valmis-
tamme suunnittelemamme korut itse. Toteutamme
myös itsenäisesti esityskuvat niistä koruista, joita ei
valmisteta kolmiulotteisiksi malleiksi asti. Tuotesuun-
nittelun jälkeen meillä on valmis mallisto häämessuja
varten.

Kokonaisuudessaan opinnäytetyötämme voi todel-
la kutsua parityöksi. Vaikka jaamme osan tehtävistä
töistä, tavoitteena on kuitenkin käyttää yhteistyö-
tämme hyväksi mahdollisimman paljon. Selkeimmät
erillisesti toteutetut vaiheet ovat vain tuotesuunnit-
telu ja omien korujen valmistus.



2

Käyttäjätieto tuotesuunnittelussa

"Käyttäjillä on tarpeita, jotka tuote tyydyttää."

Käyttäjillä on haluja, jotka tuote täyttää."

"Käyttäjillä on unelmia ja toiveita, joiden saavuttamisen väline tuote on."

(Pekkala 2005, 146)

2.1 Käyttäjätieto

Käyttäjätieto on esimerkiksi tuotteen käyttöön ja tuoteominaisuuksiin, asiakkaiden ostokriteereihin, kuluttajien arvomuutoksiin ja kilpailijoihin liittyvää tietoa. Jos haluaa tunnustautua käyttäjälähtöiseksi, on oltava riittävästi varmaa tietoa käyttäjistä, ei luuloa. Käyttäjälähtöinen yritys hyödyntää ulkopuolella yritystä olevia osaamis- ja tietoresursseja, eikä yritä itse tietää kaikkea. He uskovat myös siihen, että asiakas onkin oikeassa ja että käyttäjä tuntee tuotteen paremmin kuin yritys itse. (Lammi 2005, 14-15)

Onnistuneessa tuotekehityksessä on tärkeää käyttäjiä ja käyttöä koskevan tiedon kerääminen. Useisiin epäonnistuneisiin suunnitteluprojekteihin on usein syynä puutteellinen tieto käytön ja käyttäjien ymmärtämisessä. Jos käytön suunnittelua on laiminlyöty jo aivan alkuvaiheessa, on sen korjaaminen myöhemmin sekä hankalaa että kallista. Näin ollen hyväkin idea saattaa kuivua kokoon, kun sen käytön suunnitteluun ei panosteta tarpeeksi. Käyttäjätiedon huolellinen kerääminen pienentää merkittävästi kustannuksia ja se tehostaa valmiin tuotteen laatua ja toimivuutta. (Hyysalo 2006, 1-4)

Meille oli tärkeää, että tietomme asiakkaista ei ollut luuloa vaan nimenomaan tietoa. Juuri tämä oli yksi syy siihen, miksi käytimme käyttäjätietona Martti Puohiniemen arvokonfliktitypologiaa. Hänen teoriasensa eri ihmisten jakautumisesta ryhmiin arvojen perusteella on hyvin laaja ja perusteellinen. Se sopi mielestämme erinomaisesti meidän käyttöömmä ja antoi loistavat lähtökohdat tuotesuunnitteluun. Jos olisimme päätyneet keräämään käyttäjätietoa itse esimerkiksi erilaisten haastatteluiden ja kyseilyiden avulla, olisi vaarana ollut juuri tiedon kerää-

misen epäonnistuminen. Valmis käyttäjätieto myös edesauttoi siinä, että pystyimme nopeammin keskittymään tuotesuunnitteluun.

Asiakaslähtöisen yrityksen tärkein tehtävä on kuunnella asiakasta ja vastata heidän tarpeisiin mahdollisimman hyvin. Asiakassuhteen hoitaminen ja ylläpito on heidän tärkein toimintonsa. Heille tärkeitä asioita ovat myös ei-asiakkaat, jotka voivat olla potentiaalisia tai kielteisesti suhtautuvia asiakkaita. Heidän kautta he saavat tärkeää tietoa siitä, miksi joku ei ole ostanut tuotetta. Käyttäjätietoa tulee kerätä perusteellisesti, koska sen pohjalta voi luotettavasti lähteä kehittämään tuotteeseen käyttäjälle merkityksellisiä ominaisuuksia. Tuotteen ympärille voi tällöin rakentaa kokonaisvaltaisen elämyksen, juuri nimenomaan sille suunnatulle kohderyhmälle, jolloin yritys saa tyytyväisiä asiakkaita ja jatkossa mahdollisesti uskollisia asiakkaita. Silloin tuotekehitykseen käytetty aika tuo lopulta riittävästi katetta. (Lammi 2005, 14-17)

Tuotesuunnittelussamme oli oleellista juuri se, että koromme on suunniteltu tietyille kohderyhmälle. Koska samoilla koruilla ei ole yritetty miellyttää laajempaa asiakaskuntaa, on meillä paremmat mahdollisuudet tyydyttää juuri kohderyhmän tarpeet. Tämä on tärkeää koruissa, sillä niihin yhdistetään monia erilaisia tarpeita. Ne ovat usein hyvinkin henkilökohtaisia.

Vahvaa osaamista käyttäjätiedon hankinnan alalta voidaan pitää hyvin merkittävänä kilpailutekijänä. Käyttäjätieto on tuotesuunnittelussa keskeistä, sillä se vaikuttaa tuotteen ominaisuuksiin ja tätä kautta sen menestymiseen. Käyttäjätiedon puute näkyy esimerkiksi helposti tuotteen teknisessä toteutuksessa. Tuote ei toimi kunnolla, jolloin siihen täytyy tehdä myöhemmin korjauksia. Nämä muutokset ovat kallista ja voitaisiin hyvin välttää jo suunnitteluvaiheessa.

Ylimääräisiä kuluja tulee myös tuotteen markkinoinnissa, jos tuote joudutaan vetämään pois markkinoilta kesken kaiken. (Hyysalo 2006, 3, 5)

Käyttäjätiedon keräämisellä pyritään pääsemään käyttäjien ajatuksiin sisälle, ymmärtämään heidän ajattelutapaansa. Näin tuotekehittelijät ymmärtävät paremmin, mihin tuotetta käytetään ja mitä vaatimuksia käyttäjä ja käyttöympäristö tuotteelle asettavat. Kun kehitellään houkuttelevampia ja toimivampia tuotteita, on tämä tieto ensisijaisen tärkeää. (Pekkala 2005, 147)

Ajattelemme käyttäjälähtöisen tuotesuunnittelun olevan vahva kilpailuetu, jonka avulla meidän on mahdollista erottua joukosta. Käyttäjätiedon avulla oli nimenomaan tarkoitus päästä käyttäjien ajatuksiin sisälle, kuten edellä kerrottiin. Tarkemmin sanottuna keskityimme käyttäjien arvoihin, sillä Puohiniemen arvokonfliktityologia keskittyy juuri niihin. Arvot ovat keskeisessä asemassa koruja hankittaessa ja ne vaikuttavat moniin päätöksiin. Tarkoituksenamme oli saada selville muun muassa se, että mikä on kunkin arvotyyppin syy korujen käyttämiseen. Mitä he hakevat korujen käyttämiseltä? Selvitimme näitä asioita nimenomaan Puohiniemen arvokonfliktityologian avulla. Jos kyseisiä seikkoja ei mietitä ennen korujen suunnittelua, jäävät tuotteet hyvin pintapuolisiksi. Ne eivät silloin välttämättä puhuttele ketään.

Käyttäjätiedon ajatellaan helposti olevan pelkkää markkina- ja asiakastietoa. Näin ei kuitenkaan ole, sillä esimerkiksi markkinatieto hyödyttää enemmänkin liiketoiminnan suunnittelua kuin tuotteen käytön suunnittelua. Myös asiakastieto on monesti liian kärjistettyä, kun asiakaspalautetta antavat usein tuotteisiin hyvin voimakkaasti reagoineet ihmiset. Käyttäjätiedon tarkoituksena on keskittyä syvempään ja tarkempaan tietoon käyttäjistä. Se antaa käsityksen siitä, miten ja miksi asiakkaat toimivat ja mitä he

pohjimmiltaan haluavat. Käyttäjätieto kertoo myös käyttäjien arvoista, sekä mihin ne liittyvät tuotteessa ja sen käyttöympäristössä. Käyttäjätieto auttaa suunnittelemaan tuotteen, joka on miellyttävä ja hyödyllinen asiakkaalleen. (Hyysalo 2006, 7-10)

Kuluttajakäyttäytymiseen vaikuttavat muun muassa elämäntyyli, asenteet ja arvot. Segmentoinnin avulla yritys voi keskittyä valitsemansa kuluttajaryhmän tarpeiden tyydyttämiseen. Edellytyksenä yrityksen menestykselle käyttäjälähtöisessä tuotekehittelyssä on syvälinen perehtyminen kuluttajan tarpeisiin. Kuluttajia ei voi pitää sopeutujina, vaan heidät on nähtävä aktiivisina toimijoina. Se ei kuitenkaan tarkoita sitä, että kuluttaja suunnittelisi tuotteen itse, vaan he ovat mukana tuotteen suunnitteluprosessissa. (Kortsmäki 2005, 109)

Käyttäjätieto oli hyvin vahvassa osassa opinnäytetyötämme, sillä halusimme hyödyntää juuri edellä mainittuja asioita tuotteidemme suunnittelussa. Emme halunneet suunnittelumme jäävän liian pinnalliseksi, vaan halusimme ottaa siihen mukaan kontaktin käyttäjiin. Käyttäjien tarpeet sanelevat ehdot koruillamme ja tässä tapauksessa ne liittyvät heidän arvoihinsa.

2.2 Arvojen maailma

Maailmassa koetaan jotkin asiat arvokkaammiksi kuin toiset. Tämän vuoksi tiettyjä asioita myös tavoitellaan niiden arvon vuoksi. Arvostaminen ilmenee ihmisen jokapäiväisessä toiminnassa. Osoitamme arvostusta esimerkiksi tavoittelemalla tietynlaisia taitoja, hankkimalla tavaroita ja pyrkimällä koulutukseen. Konkreettisten asioiden lisäksi arvostamme myös tiettyjä piirteitä, kuten rehellisyyttä, hyvyttä

ja huomaavaisuutta. Arvostamista voidaan sanoa kulttuurin hyvin keskeiseksi ominaisuudeksi. Sillä on aina oma taustansa sekä yhteytensä, niin yksilössä kuin yhteisössäkin. (Turunen 1993, 9-11)

Arvot ovat kulttuurisesti hyväksytyjä ja niissä on yleensä positiivinen tunnelataus. Arvot säätelevät ihmisen käyttäytymistä tämän jokapäiväisessä elämässä, sillä ne vaikuttavat oleellisesti siihen, mihin suuntaan haluamme mennä. Ihmisen arvot nousevat yleensä esiin tilanteessa, jossa hän joutuu vaikeaan valintatilanteeseen. Kun ihminen ei voi ratkaista tilannetta kuten ennen, hän käyttää arvojaan eli periaatteita, jotka ohjaavat hänen valintojaan. Voidaan sanoa, että arvot ovat samalla myös tiedostettuja motiiveja. Tosin kaikki motiivit eivät kuitenkaan ole arvoja. Esimerkiksi ahneus ja kateus voivat toimia tekojemme motiiveina, mutta niitä ei voida kuitenkaan sanoa valintojamme ohjaaviksi arvoiksi ja periaatteiksi. (Puohiniemi 2002, 19-20)

Timo Airaksisen (2009, 147-149, 151, 153) mielestä jokainen meistä elää erilaisessa arvoympäristössä ja arvoilla voidaan mitata kaikkea toimintaamme. Arvojen voidaan sanoa olevan elämässämme laadun mitta, sillä niiden toteutuessa elämämme on erinomaisinta. Päin vastoin, jos arvot eivät toteudu, niin elämämme vaikeutuu. Airaksisen mukaan arvot voidaan nähdä eri arvoalueina, jotka koostuvat useista erilaisista arvoista. Esimerkkinä tällaisesta arvoalueesta on hänen mukaansa muun muassa pyhyysarvot, kuten usko, jossa paikkana on kirkko. Toisena esimerkkinä arvoalueesta voidaan ajatella sivistysarvoja, kuten oppineisuutta. Tässä tapauksessa paikkana olisi esimerkiksi kirjasto. Jotta ihminen voi ratkaista eteensä tulevat ristiriidat, on hänen asetettava omat arvonsa järjestykseen. Ei ole tietenkään selvää, mikä on ainoa ja oikea järjestys. Tämän vuoksi jokaisen on itse päätettävä mihin oikein haluaa uskoa.

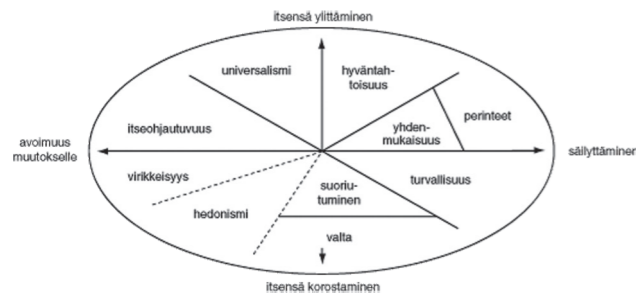
Turunen (1993, 7, 18, 121) puolestaan kertoo arvojen maailman olevan erittäin monitahoinen, jonka vuoksi kaikkia siihen kuuluvia asioita ei voida kuvata aivan täydellisesti. Hänen mukaansa arvojen maailmasta voidaan käyttää käsitettä arvokas, jonka voi jakaa neljään eri luokkaan: varsinaisiksi arvoiksi, ihanteiksi, arvostuksiksi ja arvokkaiksi kokemuksiin. Ne ovat keskenään suhteellisen erilaisia, mutta vaikuttavat kuitenkin toisiinsa monin tavoin. Niillä ei myöskään ole ehdottomia rajoja.

Kaikkien asioiden sijoittelu neljään luokkaan ei ole ollenkaan selvää, sillä ihmiset saattavat painottaa arvokkaita asioita eri tavalla. Ihmisen asenne tiettyjä asioita kohtaan riippuu esimerkiksi maailmankatsomuksellisesta asenteesta. Raja eri luokkien välillä on myös liukuva. Kuitenkin voidaan sanoa, että useimmat arvokkaaksi koetut asiat pystytään sijoittamaan neljään mainittuun luokkaan. Jotkin asioista voidaan tarvittaessa myös sijoittaa toiseen luokkaan, mikäli ne osoittavat sellaisia piirteitä. (Turunen 1993, 150-151)

Myös Puohiniemi (2002, 20-21,23,30,43) tuo esille, että jokaisella ihmisellä on oma arvomaailmansa. Se koostuu useista erilaisista arvoista ja nämä arvot voivat olla hyvin samantapaisia, jolloin ne tukevat samaa tarkoitusta. Ihminen voi arvostaa perinteitä, turvallisuutta ja pysyvyyttä. Toisaalta arvot voivat olla myös ristiriidassa toisiinsa nähden. Tällöin esimerkiksi turvallisuutta arvostava ihminen voi olla myös hyvin kokeilunhaluinen. Ei ole mahdollista taata täysin turvallisuuttaan, jos kokeilee jatkuvasti jotain uutta ja erilaista. Vastakkaisten arvojen ongelmana onkin, että jos toista arvoa toteutetaan hyvin tehokkaasti, heikentää se puolestaan toista arvoa, eikä se ei voi toteutua kokonaisvaltaisesti. Arvoista voidaan sanoa, että ne ovat suhteellisen vakaita, sillä ne muuttuvat hyvin hitaasti. Merkityseroja voi kuitenkin olla etenkin eri kulttuurien välillä.

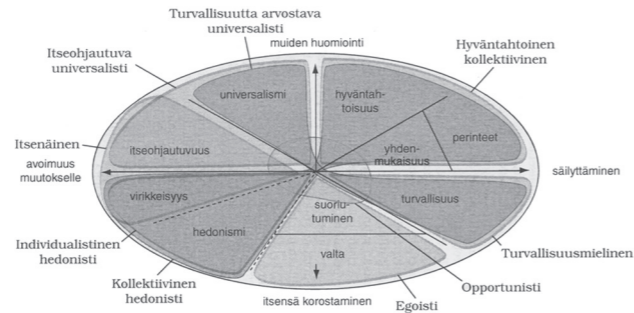
2.3 Martti Puohiniemen arvokonfliktitypologia

Martti Puohiniemen arvokonfliktitypologia luokitaa suomalaiset yhdeksään ryhmään, jotka eroavat toisistaan ryhmien hallitsevien arvojen perusteella. Ryhmät ovat toisensa poissulkevia, sillä ihminen voi kuulua vain yhteen ryhmään kerrallaan. Arvokonfliktitypologian pohjalla on Arvot, asenteet ja ajan-kuva –tutkimus, jonka tiedot on koottu kyselytutkimuksena 15 – 75 –vuotiailta suomalaisilta vuosina 1991-2001. Typologian perustana käytetään myös professori Shalom Schwartzin teoriaa universaalista arvomallista. Hänen mukaansa arvojen keskinäinen suhde liittyy merkittävästi arvojen sisällön ja merkityksien tutkimiseen. Schwartzin teorian yleistys on kuvattu arvokehällä, johon sijoitetaan kymmenen arvoa (kuva 3). Arvojen sijainti on päätelty siitä, miten ne yleisimmin sijoittuivat eri kulttuureissa tehdyissä tutkimuksissa. Toisiaan tukevat arvot ovat kehällä lähellä, kun taas ristiriidassa olevat arvot, ovat kehän vastakkaisilla puolilla. Toisistaan riippumattomia ovat puolestaan kehällä kohtisuorassa toisiaan nähden olevat arvot. (Puohiniemi 2002,11, 27-28,47)



Kuva 3. Schwartzin arvokehä

Puohiniemen arvokonfliktitypologian voi mieltää kuvaksi, joka on aseteltu Schwartzin arvokehän päälle (kuva 4). Kuvassa typologian eri ryhmät, arvotyypit, on sijoitettu sen mukaan, mille arvoalueille heidän elämänsä keskeisimmät arvot painottuvat. Yhdeksän arvotyyppiä voidaan jakaa kahteen pääryhmään, ristiriidattomiin ja ristiriitaisiin. Ristiriidattomien tyyppien arvot ovat keskenään hyvin samankaltaiset, jolloin ne sijoittuvat arvokehällä lähelle toisiaan. Ristiriitaisilla tyypeillä arvot ovat puolestaan vastakkaisilla puolilla. (Puohiniemi 2002, 43)



Kuva 4. Puohiniemen arvokonfliktitypologia suhteessa arvokehään

Puohiniemen arvokonfliktitypologian arvotyypit ovat itseohjautuva universalisti, itsenäinen, individualistinen hedonisti, kollektiivinen hedonisti, egoisti, turvallisuusmielinen, turvallisuutta arvostava universalisti, hyväntahtoinen kollektiivinen ja opportunisti. Esittelemme nämä arvotyypit tarkemmin tuotesuunnittelu luvussa.

2.4 Käyttäjäsegmentointi apuna tuotesuunnittelussa

Tässä opinnäytetyössä tarkoituksenamme on suunnitella korusarjoja, joiden myyntikanavana toimivat erilaiset messut. Messujen erilaisuuden vuoksi on tärkeää, että saamme aikaan useita erilaisia tuoteperheitä. Suuresta ja sisällöltään monipuolisesta mallistosta pystymme kokoamaan kullekin messulle sopivan kokonaisuuden, joka vastaa mahdollisimman hyvin messuvieraan tarpeita. Vaikka emme pyri suunnittelemaan tämän opinnäytetyön aikana kuin osan mallistosta, tutustumme kuitenkin arvokonfliktitypologian avulla useampiin käyttäjiin. Tämän vuoksi meidän kannattaa hyödyntää käyttäjien segmentointia.

Asiakkaiden kulutuskäyttäytyminen on hyvin erilaista, jolloin heidän tarpeensa ja odotuksensa voivat poiketa paljonkin toisistaan. Näin ollen ei ole järkevää mainostaa samaa tuotetta kaikille, sillä kaikkia asiakkaita on tällä keinoin mahdoton saada tyytyväisiksi. Segmentointi tarkoittaa potentiaalisten asiakkaiden jakamista keskenään erilaisiin ryhmiin, eli segmentteihin. Ryhmän sisällä olevat asiakkaat ovat keskenään samanlaisia. (Lahtinen, Isoviita & Hytönen 1995, 20)

Valitsimme Martti Puohiniemen arvokonfliktitypologian teoreettiseksi pohjaksi tuotesuunnittelulle, koska se jakaa mielestämme hyvin suomalaiset erilaisiin ryhmiin. Näin ollen voimme hyödyntää arvokonfliktitypologiaa suoraan käyttäjäsegmentoinnissa. Yhdeksän erilaista arvotyyppiä antavat suunnitteluun riittävän erilaiset lähtökohdat, jolloin pystymme saamaan aikaan tarpeeksi laajan malliston.

Segmenttejä muodostaessa on varmistuttava siitä, että ne ovat keskenään selkeästi erilaisia. Sama asiakas ei nimittäin pysty kuulumaan kahteen tai useampaan segmenttiin yhtä aikaa. Kohderyhmiä valittaessa on pystyttävä tarjoamaan myös jokaiselle ryhmälle vartavasten suunniteltu tuote. Muuten ryhmän valitseminen kohderyhmäksi ei ole järkevää. Segmenttejä voidaan muodostaa monilla eri perusteilla. Segmenttien jaossa voidaan puhua lohkoamisperusteesta, tekijästä, joka selittää asiakkaiden ostokäyttäytymistä. Yhtenä segmentoinnin keinona voidaan käyttää esimerkiksi pehmeitä lohkoamisperusteita. Tällöin segmenttejä jaetaan muun muassa elämäntyylin ja käyttäytymisen perusteella. Tämä lohkoamisperuste soveltuu hyvin juuri korujen maailmaan, sillä se erotelee mahdolliset asiakkaat paljon paremmin kuin esimerkiksi segmentointi pelkästään iän, koulutuksen ja taloudellisten tekijöiden mukaan. (Lahtinen ym. 1995, 23-24)

Arvokonfliktitypologia sopii mielestämme segmenttien muodostamiseen loistavasti, sillä sen mukaan ihminen voi kuulua vain yhteen ryhmään kerrallaan. Kun tulevaisuudessa toteutamme oman messumyynnimme, on tarkoituksenamme tarjota korusarjoja jokaiselle arvotyyppologian ryhmälle. Mietimme opinnäytetyön alussa mahdollisuutta karsia arvotyypeistä osa pois, jolloin vain jäljelle jäävät olisivat kohderyhmiämme. Tämä ei kuitenkaan olisi järkevää, sillä messuilla käyvät hyvin monenlaiset ihmiset. Käyttämällä kaikkia arvokonfliktitypologian ryhmiä segmentteinä pystymme varmemmin tavoittamaan kaikki potentiaaliset asiakkaat. Käyttämäämme segmentointia Puohiniemen arvokonfliktitypologian pohjalta voidaan pitää aikaisemmin mainittuna pehmeänä lohkoamisperusteena, sillä asiakkaat on segmentoitu heidän arvomaailmansa mukaan. Tämä on mielestämme hyvä keino, sillä arvot ohjaavat ihmisten valintoja muiden asioiden ohella myös korujen maailmassa. Puohiniemen arvokonfliktitypologia antaa tuote-

suunnitteluamme erinomaisen alun, jolloin meillä on paljon materiaalia, mistä lähteä liikkeelle. Erilaisen arvotyypin kautta voimme määrittellä useita korujen sisällöllisiä ja ulkoisia ominaisuuksia. Tämä auttaa osaltaan työssämme, mutta toisaalta se tuo siihen myös lisää haastetta. Vaikka tavoitteenamme ei olekaan suunnitella valmiita korusarjoja kaikille arvotyypeille tämän opinnäytetyön aikana, on työ silti haastavaa. Osa valitsemistamme arvotyypeistä on nimittäin meille varmasti tutumpia, jolloin näille suunnittelukin on helpompaa. Samaan tapaan osa ryhmistä jää puolestaan varmasti vieraammiksi, jolloin suunnittelutyökin voi vaikeutua. Silloin haasteena on saada aikaan jotain, joka on hieman kauempana siitä omasta tutusta tyylistä. Tämän vuoksi tapamme työskennellä kehittyä varmasti opinnäytetyön aikana paljon.

Vaikka valmiissa mallistossa tulee näkymään oma suunnittelijan kädenjälkemme, ovat tuotteet kuitenkin suunniteltu vartavasten kullekin arvotyypille. Olemme pyrkineet määrittelemään jokaisen typologian arvotyypin korunkäyttäjänä. Pyrimme määrittelemään myös sen, minkälaisista koruista kukin tyyppi pitää. Mitkä ovat lempimuotoja, -aiheita tai -pintakäsittelyitä. Koska hahmottelemme jokaiselle arvotyypille oman korujen muotokielimaailman, tulee jokaiselle luotu korusarja olemaan omanlaisensa. Tosin samantyyllisiä koruja saattaa toki löytyä lopputuloksesta. Tämä johtuu kuitenkin siitä, että joillakin arvokonfliktityypologian ryhmistä oli osittain myös samoja arvoja keskenään.

*“Niille, jotka innostava idea
on saanut syttymään,
ja jotka omistautuvat sille
ja antavat sen hallita ajatuksiaan,
avautuvat uudet maailmat.
Niin kauan kuin riittää innostusta,
riittää erilaisia mahdollisuuksiakin.”*

(Norman Vincent Peale)

Tuotesuunnittelu

”Ajatukset eivät säily.

”Niistä pitää tehdä jotakin.”

(Alfred North)

Yksi lähtökohtamme tuotesuunnitteluun oli tavoitteemme saada aikaan laaja korumallisto messumyyntiä varten. Jotta pystyisimme tuottamaan laajasti erilaisia koruluonnoksia, oli apunamme muun muassa jo aiemmin esitelty Martti Puohiniemen teoria arvokonfliktitypologiasta. Tämän lisäksi mukana olivat myös messut, joista kerromme raportissamme jatkossa enemmän. Tuotesuunnittelu pohjautui hyvin vahvasti näihin kahteen maailmaan, joista kerätty teoriapohja antoi rajaukset tuotesuunnittelua varten. Teorian lisäksi pääosassa olivat myös omat muotoilijan näkemyksemme, joiden oli tarkoitus näkyä selkeästi suunnittelemissamme korusarjoissa.

Meidän molempien oli aluksi tarkoitus suunnitella kaikille arvokonfliktitypologian arvotyypeille. Tämän vuoksi aloitimme tuotesuunnittelumme suunnitelmalla kaikille, jolloin pystyimme saamaan aikaan paljon materiaalia. Alun suunnittelun jälkeen päädyimme kuitenkin siihen, ettei meidän ole järkevää suunnitella kaikille arvotyypeille tämän opinnäytetyön aikana. Ajattelimme jakaa arvotyypit suurinpiirtein puoliksi keskenämme, mutta saamamme palautteen vuoksi päädyimme rajaamaan vielä useampia arvotyyppejä pois. Tällöin tuottamamme materiaali pysyisi vielä sopivissa rajoissa, eikä raportointi leviäisi käsistä. Lopulta päätimme, että meillä molemmilla olisi suunnittelun kohteena kaksi arvotyyppiä. Loput arvotyypit olivat kuitenkin koko ajan mukana suunnittelussa, mutta tämän opinnäytetyön aikana heille ei ollut tarkoituksena saada aikaan valmiita korusarjoja.

Meillä molemmilla oli tuotesuunnittelussa tavoitteena vahvistaa omaa tapaamme suunnitella ja luonnostella. Halusimme löytää meille ominaisimman ja tuotteliaimman tavan saada aikaan mahdollisimman paljon käyttökelpoista materiaalia. Olemme molemmat tottuneet suunnittelemaan koulussa tietyn kaavan mukaan, joten opinnäytetyössä oli mahdollisuus

poiketa tästä ja löytää jotain uutta. Tässä vaiheessa opiskelua on mielestämme myös erittäin tärkeää löytää oma tyylinsä, jotta sitä voi käyttää mahdollisimman hyvin hyödyksi myös tulevaisuudessa. Emme halunneet kuitenkaan pysyä pelkästään turvallisella ja tutulla maaperällä, vaan tarkoituksena oli mahdollisuuksien mukaan kokeilla myös uusia tekniikoita.

Halusimme saada aikaan paljon materiaalia, josta olisi helppo löytää korut omille arvotyypeille. Suunnittelumme oli monivaiheista, jolloin teimme muun muassa piirroksia, vahamalleja ja valuprotoja. Teimme alun luonnoksista useita versioita ja pyrimme mahdollisimman laajaan jatkokehittelyyn. Yhtenä ajatuksena meillä oli tuotesuunnittelussa se, että halusimme tehdä suunnittelua melko vapaasti ja toteuttaa itseämme muotoilijoina. Vaikka meillä olikin arvokonfliktitypologia rajaamassa suunnitteluamme, oli meillä kuitenkin mahdollisuus luoda melko vapaasti. Koska Puohiniemen arvokonfliktitypologia sisältää kaikki suomalaiset, pystyimme työn alussa suunnittelemaan koruja aivan kaikille. Tämä oli mielestämme hyvä, sillä se antoi oivan lähtökohdan tuotesuunnittelulle, jolloin se ei ollut liian rajoitettua.

Emme aikoneet valmistaa tämän opinnäytetyön aikana kaikkia yhdeksää korusarjaa valmiiksi, kolmiulotteisiksi malleiksi. Kuten aikaisemmin mainittiin, otimme tarkempaan tarkasteluun yhteensä neljä arvotyyppiä, joille suunnittelimme omat korusarjat. Näistä neljästä korusarjasta molempien oli tarkoituksena valmistaa yksi sarja valmiiksi koruiksi, mutta loput jäisivät luonnosten ja prototyyppien tasolle. Luonnokset kuitenkin tehtiin mahdollisimman viimeistellyiksi esityskuviksi, jolloin niiden ideasta saa mahdollisemman hyvän kuvan. Hyvät esityskuvat ovat valmiina valmistamista varten, kun toteutamme tulevaisuudessa yhteisen messumyyntimme. Tätä tarkoitusta varten ovat apuna myös tekemämme pohjatyö muita, jäljelle jääneitä arvotyyppejä varten.

3.1 Puohiniemen arvotyyppit, visuaaliset hahmot ja heidän korumaailmansa

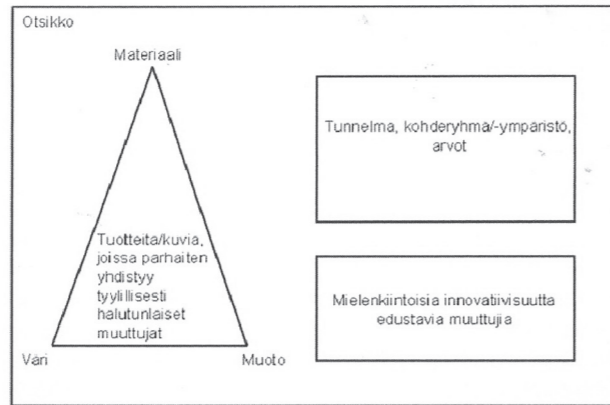
Kun Puohiniemen arvokonfliktitypologia oli meille tuttua ja pystyimme erottamaan eri arvotyyppit toisistaan, halusimme myös itse määrittellä heidät. Tarkoituksenamme oli kertoa arvotyypeistä muutenkin kuin pelkillä sanoilla ja näin ollen tehdä heistä konkreettisempia. Olimme tottuneet käsittelemään typologian eri ryhmien jäseniä pelkästään arvotyypeinä, mutta tuotesuunnittelua varten halusimme niin sanotusti inhimillistä tyyppiä. Toteutimme tämän omin päätelmiemme avulla. Olimme nimittäin saaneet jokaisesta arvotyypistä tietynlaisen kuvan, ja halusimme tuoda tämän mielikuvan konkreettisesti ilmi.

Päädyimme kuvaamaan jokaisen arvotyypin visuaalisena hahmona. Hahmojen tarkoituksena on kertoa heti ensisilmäyksellä, minkälaisesta ihmisestä on mielestämme oikein kyse. Kuvissa on kuvattu niin mies- kuin naispuolinenkin arvotyyppi. Mietimme minkälainen heidän ulkoinen olemuksensa voisi olla, sekä minkälaisia ja minkä värisiä vaatteita hän käyttäisi. Näiden hahmojen ympärille kokosimme myös muutamia sanoja, jotka kertovat heidän keskeisimmät piirteensä. Suuri osa näistä sanoista on otettu suoraan Puohiniemen analyysistä, osa on omaa päättelyämme.

Kun olimme saaneet visuaaliset hahmot valmiiksi, lähdimme pohtimaan jokaiselle arvotyypille omanlaista korutyylä. Tavoitteenamme oli miettiä, minkälaisia korunkäyttäjiä he ovat, sekä mitä ominaisuuksia ja ominaispiirteitä juuri heidän korussaan olisi. Pohdimme aluksi arvotyyppien piirteitä, jonka pohjalta lähdimme määrittelemään minkälaisia heidän korunsa olisivat. Teimme jokaiselle arvotyypille oman kolmion muotoisen mielikuvataulun korun näkökulmasta, jossa käsitelimme kuvilla ja muutamilla

sanoilla erilaisia korun ominaisuuksia. Sovelsimme taulussa Mari Mäkelän opinnäytetyössään kehittelemää luokittelevaa ideataulua.

Luokittelevan ideataulun pohjarakenne on kolmeosainen (kuva 5). Ensimmäinen osa vastaa lähinnä muotokielitaulua: siinä tarkastellaan kolmion mallissa muotoja, materiaaleja ja värejä. Toinen osa vastaa tunnelmataulun ja elämäntapataulun sisältämiä asioita: siinä kuvataan haluttua tunnelmaa ja arvoja. Kolmannessa osassa tarkastellaan suunnittelutehtävän muotoilullisesti tärkeitä elementtejä. (Mäkelä 2008, 14)



Kuva 5. Mäkelän luokittelevan ideataulun pohja

Päätimme käyttää tätä tekniikkaa hieman soveltaen, muuttaen sitä meidän tarpeisiimme sopivaksi. Katsoimme meille oleelliseksi tiedoksi nimenomaan ensimmäisen osan, jossa käsitellään muotoja, materiaaleja ja värejä. Jätimme toiset osat kokonaan pois, koska teimme jokaisesta arvotyypistä visuaaliset hahmot. Koska teimme näiden yhteydessä myös omat määritelmämme arvotyypeistä, Mäkelän ideataulun muut osat olivat meille tarpeettomia. Soveltamamme taulu on tarkoitus keskittää ainoastaan arvotyyppien omaan korumaailmaan. Kolmiomalli oli mielestämme selkeä ja helppo työkalu muotokielitaulun tekemiseen.

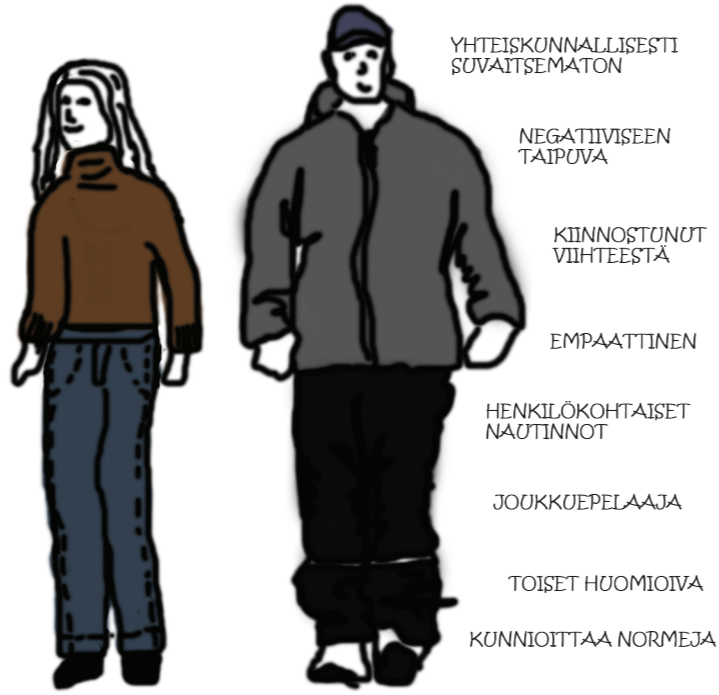
Luokittelevan ideataulun ensimmäinen osa sisältää muodot, materiaalit ja värit. Lisäksi kolmion keskelle kerätään tuotteita, joissa parhaiten yhdistyvät tyylillisesti halutunlaiset muuttujat (Mäkelä 2008, 13). Käytimme tästä kolmion kärkiä, eli muotoja, materiaaleja ja värejä. Halusimme lisätä keskelle muutamia sanoja, jotka kuvaavat mielestämme arvotyyppien korutyylä. Kolmiotaulut tulivat suunnittelutyömme tueksi, joten tärkeintä oli saada oikeanlaisia kuvia ja sanoja, jotka kuvastaisivat parhaiten kyseisen arvotyypin makua. Näin ollen pystyimme nopealla vilkaisulla suunnittelun ohessa pääsemään sisälle arvotyypin maailmaan.

Vaikka emme suunnittelekaan korusarjoja kaikille arvokonfliktitypologian arvotyypeille tämän opinnäytetyön aikana, halusimme silti tehdä sekä visuaaliset hahmot, että kolmiotaulut heille kaikille. Näin ollen meillä on hyvä pohja valmiina myös muiden arvotyyppien korujen suunnittelua varten. Tekemämme työ tulee siis varmasti hyötykäyttöön tulevaisuudessa, kun kokoamme mallistoa messumyyntiämme varten. Esittelemme seuraavaksi ne neljä arvokonfliktitypologian arvotyyppiä, joille suunnittelemme korusarjat tämän opinnäytetyön aikana. Jokaisesta tyyppistä on aluksi tarkempi esittely Puohiniemen teo-

rian mukaan. Tämän jälkeen on meidän kuvaamamme visuaalinen hahmo, sekä kolmantena arvotyypin korun kolmiotaulu. Loput viisi arvotyyppien esittelyä löytyvät raportin liitteistä (liite 1).

Kollektiivinen hedonisti

Tämä ryhmä elää arvostiridassa. Ryhmän jäsenet arvostavat henkilökohtaisia nautintoja, mutta toisaalta he asettavat myös toisten tarpeet omiensa edelle. He siis haluavat elää perinteiden ja normien mukaan. Ryhmän keski-ikä on 37,8 vuotta ja on näin ollen melko nuori. Heidän koulutustasonsa on samaa kuin väestön keskimäärin. Kollektiiviset hedonistit suhtautuvat myönteisesti kaupallisuuteen, mutta he eivät ole suvaitsevaisia yhteiskunnallisesti. He ovat valmiit asettamaan rajoja muille, mutta eivät hyväksy omien yksilöllisten vapauksiensa rajoittamista. Ryhmä on kiinnostunut hui- ilmoituksista, julkkisten asioista, urheilu-uutisista, rakkaustarinoista ja kaupan tarjousmainonnasta. Television katselu korostuu ryhmän jäsenten harrastuksissa. He seuraavat ahkerasti Formula 1- ajoja, tapaavat sukulaisiaan ja kuuntelevat musiikkia. Liikuntalajeista etenkin joukkueläjit ovat keskeisiä harrastuksia tälle ryhmälle. Vähemmän heitä kiinnostavat taide, tiede, yhteiskunnalliset asiat sekä talousuutiset. (Puohiemi 2002, 55, 153)



Kuva 6. Kollektiivisen hedonistin visuaalinen hahmo

Kollektiivinen hedonisti (kuva 6) on melko nuori ja hyvin empaattinen ihminen. Hän käyttää mielellään aikaa oman ulkonäkönsä huolehtimiseen, mutta se ei ole hänelle kuitenkaan kaikkein tärkeintä. Hänen tyylinsä on hyvin rentoa, jolloin se soveltuu oivallisesti vapaa-aikaan ja hänen useisiin harrastuksiinsa. Etenkin urheiluvaatteet ovat ominaisia hänen vaatetuksessaan, ja ne

ovatkin kollektiiviselle hedonistille helppo valinta. Trendit eivät ole hänelle kovin tärkeässä roolissa, vaikka hän hankkiikin mielellään laadukkaita ja kestäviä vaatteita. Kollektiivisen hedonistin vaatteet ovat leikkauksiltaan melko yksinkertaisia ja niiden värimaailma on rauhallinen. Hänelle mieluiset värit ovat usein maanläheisiä ja hän yhdistelee niitä hillitysti keskenään.



Kuva 7. Kollektiivisen hedonistin korumaailman kolmiotaulu

Kollektiivisen hedonistin korumaailma (kuva 7) on hieman rauhallisempi ja perinteisempi. Se saa herättää empatiaa ja tarina on tärkeässä roolissa. Korun muotokieli on selkeä ja siinä käytetään perinteisiä aiheita, kuten esimerkiksi luontoa ja symboleita. Hänelle ominainen koru on yksinkertaisen kaunis. Koru tai taustalla oleva tarina saa olla vakava, mutta ei kuitenkaan synkkä. Se ei saa

olla myöskään hauska eikä liian yllättävä. Muodot saavat olla selkeitä ja tunnistettavia. Kollektiivisen hedonistin korussa on mahdollisuus lisätä jotain henkilökohtaista, joko koruun tai tarinaan. Koru voi myös olla täydennettävissä ajansaatossa, koska hän ei vaihtelee koruja usein. Koru saa olla koristelettu jos se on hillityssä asemassa ja perusteltua, tai jos muotokieli on tunnistettavissa läheisistä ai-

heista. Muotokieli on enemmän pehmeää ja orgaanista kuin geometrista ja kovaa. Koru on myös hillityn kokoinen, jopa pienehkö. Muistot ja läheiset ovat tärkeitä kollektiiviselle hedonistille, ja jos ne näkyvät korusta, on se heille turvallinen ratkaisu.

Itsenäinen

Ryhmän jäsenet ovat erittäin itsenäisiä sekä tekemisissään että mielipiteissään. He haluavat olla vastuussa päämäärästään ja kontrolloida omaa elämäänsä, johon haluavat toisaalta myös jännitystä. Ryhmästä 69 prosenttia on miehiä. Itsenäisten keski-ikä on nuori, 33,5 vuotta. 41 prosenttia ryhmästä kuuluu alle 24-vuotiaisiin. Itsenäisistä 23 prosenttia on suorittanut korkeakoulututkinnon ja heille olennaista on tehokkuusajattelu. Itsenäiset suosivat yksilönvapauksia ja kunnioittavat myös muiden päätöksiä. He suhtautuvat negatiivisesti perinteisiin auktoriteetteihin sekä elinkeinoihin, joita he pitävät epäeettisinä. Ryhmän jäsenet ovat kiinnostuneita muun muassa internetistä, elokuvien ensi-illoista, uusista automalleista ja matkailusta. He käyvät myös konserteissa, aina rockista klassiseen. He harrastavat monipuolisesti erilaisia liikuntalajeja ja etenkin vauhdikkaat lajit, kuten rullaluistelu, kiinnostavat heitä. Keskimääräistä vähemmän heitä puolestaan kiinnostavat maatalous, politiikka ja puutarhanhoito. (Puohiniemi 2002, 53, 152)

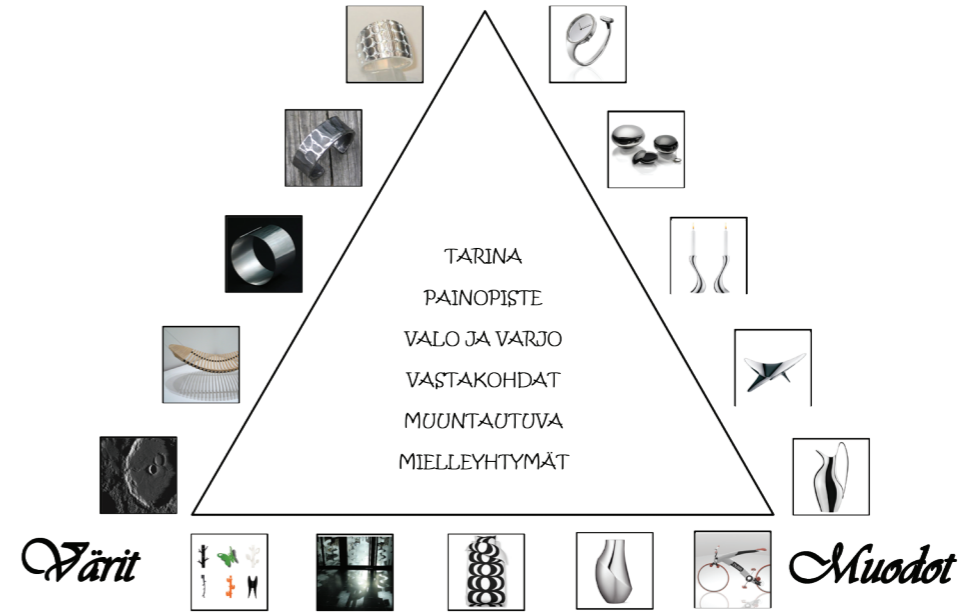


Kuva 8. Itsenäisen visuaalinen hahmo

Itsenäinen (kuva 8) on ryhmän nimen mukaan erittäin itsenäinen nuori ihminen, joka ei ota suuria paineita ulkonäöstään. Tärkeintä hänelle on pukeutua vaatteisiin, jotka miellyttävät häntä niin käyttömukavuudeltaan kuin ulkonäöltäänkin. Hän ei kuitenkaan laiminlyö ulkoista olemustaan, vaan hän päinvastoin korostaa mielellään omaa vahvaa persoonaansa. Tämän vuoksi hän ei painota pukeutumistaan massatuotantoon, eikä

sis seuraa trendejä orjallisesti. Itsenäisen tyyli on nuorekas ja usein rento, mutta sitä pirstamään on käytetty jotain kontrastia. Hän käyttää vaatetuksessaan muun muassa paljon värejä. Hänen käyttämiensä värien skaala on hyvin laaja, mutta kaikkein mieluiten hän käyttää hyvin voimakkaita värejä. Myös vastavärit ovat itsenäisen suosiossa, sillä ne tuovat hänen olemukseensa kaivattua kontrastia.

Materialit



Kuva 9. Itsenäisen korumaailman kolmiotaulu

Itsenäisen korumaailmalle (kuva 9) ominainen piirre on oman persoonan korostaminen. Korussa on esimerkiksi oltava jokin juusen sisään voi laittaa jotain, väriin voi vaikuttaa, sen voi koota osista tai ripustaa jotenkin eri tavalla. Heidän korussa vastakohtat ovat vahvasti esillä. Koru voi olla erikokoisesti sommiteltu tai painopiste voi kiinnittää huomiota, esimerkiksi painovoiman uhmaamisella. Vastavärien käyttö koruissa on mah-

dollista. Käytetyt värit ovat myös hyvin voimakkaita. Itsenäisen korussa muotokieli ei saa kuitenkaan olla liian koristeltu tai runsas. Enemmän hänelle ominaista on yksinkertainen perusmuotokieli, jolloin mielenkiintoa lisätään muilla elementeillä. Itsenäisen korut eroavat perinteisestä rivitavarasta. Korun mittasuhteet voivat olla poikkeavat. Samaten muotokieli voi olla sekoitus esimerkiksi geometrista ja orgaanista. Korun

pintakäsittelyssä matan ja kiiltävän yhdistäminen antaa voimaa ja mielenkiintoa. Itsenäiselle on ominaista käyttää korua, joka on monikäyttöinen, eli arkikoru on mahdollista muuntaa myös juhla-
koruksi.

Itseohjautuva universalisti

Tämän arvotyyppin keskeisimpiä arvoja ovat itseohjautuvuus ja universalismi. Ryhmän jäsenet ovat itsenäisiä ja he etsivät uusia ratkaisuja, jopa riskejä ottaen. Heidän valintansa perusteet eivät kuitenkaan ole itsekkäitä. Itseohjautuvat universalistit ovat keskimäärin enemmän kouluttautuneita kuin muu väestö. Ryhmän keski-ikä on 41 vuotta ja puolet heistä lukeutuu 35-54 -vuotiaisiin. Myös alle 24-vuotiaiden määrä korostuu ryhmässä. Ryhmän jäsenet ajattelevat yhteiskunnallisesti kriittisesti, mutta he ovat kuitenkin suvaitsevaisia ja avarakatseisia. He ovat keskimääräistä kiinnostuneempia muun muassa taiteesta, tieteestä, ympäristöasioista ja teatterin esi-illoista. Heitä kiinnostaa myös musiikki klassisesta bluesiin. Ryhmän jäseniä kiinnostavat vähemmän esimerkiksi urheilu-uutiset ja autoiluun liittyvät asiat. Itseohjautuvat universalistit viettävät aikaansa muun muassa lukemalla, tapaamalla ihmisiä ja laittamalla ruokaa. Myös luovuus korostuu heidän harrastuksissaan. (Puohiniemi 2002, 52, 152)



Kuva 10. Itseohjautuva universalisti visuaalisena hahmona

Itseohjautuva universalisti (kuva 10) on nuorekas ihminen, joka on hienostunut ja sivistynyt. Hän välittää paljon ulkonäöstään ja pitää siitä hyvää huolta. Hänen ulkoinen olemuksensa on usein suunniteltu tarkkaan päästä varpaisiin. Itseohjautuva universalisti pitää trendikäistä ja muodikkaista vaatteista, jotka ovat hyvistä ja laadukkaista materiaaleista. Jopa hänen arki-vaatteensa käyvät hyvin juhlaan tilanteisiin. Vaikka itseohjautuva

universalisti pitääkin yksinkertaisen eleganteista vaatteista, ei hänen tyyliinsä ole missään nimessä tylsä. Hän myös käyttää asunsa pirsteenä usein yllättäviä elementtejä. Tämä voi näkyä esimerkiksi erikoisissa leikkauksissa vaatteissa, näyttävissä yhdistelmissä ja huomiota herättävissä asusteissa. Hänen värimaailmaansa kuuluvat voimakkaat ja selkeät värit, kuten sininen.



Kuva 11. Itseohjautuvan universalistin korumaailman kolmiotaulu

Itseohjautuvan universalistin korumieltymys (kuva 11) on taiteellisempi. Koru ei saa olla perusvitavaaraa, vaan mielellään jotain hieman erikoisempaa. Se voi olla myös huomiota herättävä. Korun muotokieli on runsas, kerroksellinen ja moniulotteinen. Kooltaan koru on suurehko ja siinä saa olla runsaasti materiaalia. Koru saa myös näyttää massiiviselta. Suuret pinnat korostavat kokoa ja peilipinnalla on mahdollista saada

vielä laajempi kokonaisuus. Muotokielessä voi olla myös jotain yllättävää. Korussa voi olla värejä, mutta silloin ne ovat enemmän voimakkaita välivärejä, kuin murrettuja värejä. Itseohjautuvan universalistin koruissa materiaalin sävynä on hopea. Tosin koru voi olla myös valkokultaa tai hopeaa rodinoituna. Korussa saa olla jotain yllättävää, kuten esimerkiksi erikoinen kiinnitys- tai käyttötapa. Korussa oleva tyhjä tila saa olla

pääosassa. Jos korussa on jotain, mikä korostaa itsenäisyyttä, on se itseohjautuvalle universalistille henkilökohtaisempi ja näin ollen tärkeämpi. Tätä voidaan korostaa muotokielellä tai symboleilla. Tosin korostaminen täytyy toteuttaa niin, että se ei ole itsestään selvyyttä ja ainoa tarkoitus.

Individualistinen hedonisti

Tämän ryhmän keskeinen arvo on oma mielihyvä ja se ohjaa ryhmän valintoja kaikkein eniten. Ryhmä on keski-ikänsä kaikkein nuorin, 33,4 vuotta, ja se on saanut keskimääräistä enemmän koulutusta. Individualistisille hedonisteille on tyypillistä kaikenlaisten yksilöllisten nautintojen kunnioitus ja yksilönvapauksien arvostus. He ovat seksuaalisesti sallivia ja hyväksyvät kaupallisuuden. Kollektiiviseen vastuunottoon heidän suhtautumisensa on kielteinen, eikä heitä kiinnosta esimerkiksi kriisi-alueiden avustustyö. Ryhmän jäsenet ovat kiinnostuneita useimmiten henkilökohtaisista asioista. He pitävät muun muassa viihteestä, muodista, matkailusta, internetistä ja elokuvien ensi-illoista. Liikunnallisista harrastuksista korostuvat esimerkiksi muodikkaat yksilölajit, jotka ovat usein hyvinkin tuotteistettua harrastamista. Tyypillisiä lajeja ovat laskettelu ja rullaluistelu. Vähemmän ryhmän jäseniä kiinnostavat maatalous, politiikka ja kirja-arvostelut. (Puohiniemi 2002, 54, 153)



Kuva 12. Individualistisen hedonistin visuaalinen hahmo

Individualistinen hedonisti (kuva 12) on itsetietoinen nuori ihminen, joka panostaa erittäin paljon ulkoiseen olemukseensa. Hän on hyvin trendikäs ja haluaa myös näyttää sen muille. Hän hankkii mielellään monenlaisia vaatteita, joiden tulee olla laadukkaita erityisesti materiaaliltaan. Hän on myös hyvin merkkietoinen, jonka vuoksi minkä tahansa markettin tuotteet eivät kelpaa hänelle. Indi-

vidualistinen hedonisti pukeutuu mielellään pirteisiin ja kirkkaisiin väreihin. Hän ei halua missään nimessä hukkoa massaan, jonka vuoksi hänen vaatteensa ovat usein myös jollain tavalla erikoisia. Näyttävien värien lisäksi hänen vaatetukseensa kuuluvat usein odottamattomat materiaalit. Individualistiselle hedonistille on tärkeää tuoda esille nuorekkaan raikasta tyyliään.



Kuva 13. Individualistisen hedonistin korumaailman kolmiotaulu

Individualistisen hedonistin korumaailma (kuva 13) on hyvin näyttävää ja nuorekasta. Korut ovat laadukkaita ja hyvin valmistettuja, lisäksi niiden tulee näyttää siltä. Korussa voi olla jokin hauska idea, se voi olla tuunattavissa tai siinä voi olla jokin erikoinen materiaali. Heille ominaisessa korussa on jokin juju. Sen muotokieli on vauhdikasta ja lennokasta. Se on kooltaan suurehko ja näyttävä, se

ei rönsyile vaan on ennemminkin yksinkertaisesti tyyllitelty. Paljon kiiltävää tasaista pintaa tuomasaa avaruutta ja tilan tuntua. Koru saa näyttää kepeältä ja raikkaalta. Individualistisen hedonistin koru voi olla värikäs, mutta värien pitää olla voimakkaita, pää- ja välivärejä, ei murrettuja tai hempeitä. Koru on erikoinen, tavallisesta poikkeava. Samanlaista ei saa olla jokaisella vastaantulijalla. He

arvostavat myös jos koru tukee jotain tarkoitusta tai siinä on tarina taustalla. Aihe saisi kuitenkin olla positiivinen tai rohkaiseva, ennemmin kuin surullinen. Koru saa herättää huomiota. Käsityö saa näkyä korusta ja materiaalien tulee olla laadukkaita ja aitoja, ennen kaikkea jalometallin osalta.

3.2 Messut jakelutienä

Messut jakelutienä kuuluu keskeisesti tuotesuunnittelu pääotsikon alle, sillä suunnittelemamme korusarjat on suunnattu nimenomaan messuille. Otsikon nimen mukaisesti messut ovat jakelutienä koruillamme. Näin ollen meillä tulee olla koko suunnitteluprosessin ajan mielessämme rajaukset, jotka messut antavat muun muassa korujen valmistettavuudelle. Näihin rajauksiin perehdyimme tarkemmin myöhemmin raportissamme.

Jakelutie on reitti, jota pitkin tuotteet markkinoidaan tuottajilta loppukäyttäjille. Tätä ei kuitenkaan tule sekoittaa kuljetustiehen. Jakeluteihin kuuluvat kaikki ne, joille tuotteen omistusoikeus siirtyy jakeluketjun aikana. Näihin kuuluvat esimerkiksi tukku- ja vähittäiskauppayksiköt, valmistajat ja tuotteen loppukäyttäjät. Jakeluteiden tehtäviin kuuluvat ostohalukkuuden luominen, ostohalukkuuden tyydyttäminen ja viestintä. Jakelutien valintaan vaikuttavia asioita ovat; kuinka valikoivaksi jakelutie luodaan, mitä myymälätyyppejä käytetään, kuinka monta rinnakkaista jakeluvaihtoehtoa otetaan käyttöön ja mitkä yritykset valitaan jälleenmyyjiksi. (Lahtinen & Isoviita 1998,187-188)

Jakeluteitä on monenlaisia ja yhtenä niistä ovat messut. Messut ovat merkittävä media, jonka vahvuutena on suora vuorovaikutus asiakkaan ja tuotteiden, tai palveluntarjoajien välillä. Vahvuudeksi voidaan laskea myös se, että asiakkaat tulevat tutustumaan yrityksiin ja niiden tarjontaan omasta tahdostaan. Messuilla on mahdollista tavoittaa suuri määrä asiakkaita ja luoda enemmän asiakaskontakteja, lyhyemmässä ajassa kuin perinteisellä myyntityöllä. Pohjoismainen messuyhteistyöorganisaatio Fairlink teetti tutkimuksen, joka osoitti, että messuilla saadut kaupat eivät ole ainoa onnistuneen messuosallistumisen

tulos. Yhdeksi tärkeimmäksi osoittautui nimenomaan brandin vahvistuminen. (Fairunion 2.9.2010 <http://www.fairsunion.fi/mediana_frame.htm>)

Internet ja nykytekniikka ovat muuttaneet hieman messujen funktiota. Ennen esimerkiksi korujen tuotetiedot, korutarjonnan ja yrityksen kokonaiskuva hankittiin kansainvälisiltä messuilta. Nykyään näihin voi tutustua internetissä, mutta siitä ei ole kuitenkaan syrjäyttämään messuja, koska mikään ei voita tuotteiden käsin kosketeltavuutta. (Tuija Harmainen, Kello ja kulta, kello- ja kultasepäalan ammattilehti, 3/2007, s.5)

Myös Suomen Gallup Media on tehnyt tutkimusta messuilla käynnistä. Ammattimessut ovat hyvin tärkeitä, niin eri alojen ammattilaisille kuin päättäjillekin ja siellä käydään säännöllisesti. Messut ovat nopea tapa päivittää tietonsa ja oman alan messuille tullaan ammatillisista syistä. Ajan tasalla pysyminen, tiedonhakeminen ja ylipäänsä uusiin tuotteisiin tutustuminen ovat yleisiä vierailun syitä. Lisäksi yhteistyökumppaneiden tapaaminen on tärkeä syy lähteä messuille. Myös kuluttajiksi luokitelluissa kävijöissä on vakiokävijöitä, jotka käyvät vuosittain tietyillä messuilla ja tutustuvat tätä kautta uutuuksiin. Kuluttajia eniten kiinnostavat messut ovat harrastuksiin ja vapaa-aikaan liittyviä. Toiseksi kiinnostavin aihe on rakentaminen. Messuille lähdetään uusien ideoiden lisäksi viihtymään perheen ja ystävien kanssa. Houkuttelevia tekijöitä ovat niin mahdollisuus tehdä ostoksia, kuin yleinen ohjelma yleisölle. (Fairsunion 2.9.2010 <http://www.fairsunion.fi/tutkimukset/tutkimukset_frame.htm>)

Valitsimme tuotteillemme jakelutieksi messut, koska tarkoituksena ei ole perustaa omaa liikettä, ainakaan lähitulevaisuudessa, jossa korujen myynti olisi mahdollista. Toiseksi omien tuotteiden saaminen suurempiin koruliikkeisiin ei ole helpoin tie. Varsinkaan

heti valmistumisen jälkeen, jolloin emme ole muotoilijoina tunnettuja.

Messuja, joilla voisimme myydä tuotteitamme, on hyvin monenlaisia. Pääperiaatteessa jakaisimme messut kuitenkin kahteen pääkategoriaan, ammatimessuihin ja kuluttajille osoitettuihin messuihin. Messuilla on mahdollista saada korut esille suuren yleisön nähtäväksi ja tätä kautta alkaa saada markkinoilla näkyvyyttä. Kuluttajille osoitetuilla messuilla on mahdollisuus kuulla asiakkaiden mielipiteitä suoraan ilman välikäsiä ja saada palautetta heti. Samoin on myös mahdollista vastata heti asiakkaiden kysymyksiin ja tuoda omaa osaamistaan esille. Toisaalta ammattimessuilla taas on mahdollisuus tavata yhteistyökumppaneita ja sitä kautta saada tuotteita myyntiin koruliikkeisiin, jolloin korujen levikki laajenee. Jos nimeä ei ole, on tärkeää saada jalansijaa mahdollisimman monelle suunnalle. Puskaradio ei ole huonoin, eikä taatusti kallein mainos.

Kun miettii, kuinka monenlaisia messuja on olemassa, voi myös olettaa, että jokainen arvotyyppi käy jollain näistä messuista, joko ammattimessuilla tai kuluttajille osoitetuilla messuilla. Ammattimessuja löytyy lähes joka alalta. Kuluttajille osoitettuja messuja on myös monenlaisia. Mielestämme kuitenkin suurimmat alakategoriat ovat koti, rakentaminen, harrastus ja vapaa-aika. Eli jos jokaiselle arvotyyppille suunnittelee koruja, voi sen mukaan mennä messuille kuin messuille, aina hieman eri korusetin kanssa.

3.2.1 Messuvierailut tiedonhakuna

Halusimme vierailta messuilla konkreettisesti, sillä meille oli tärkeää, ettei hakemamme tieto messuista jää pelkästään internetin kautta saatujen oletusten varaan. Messuilla käydessä pystyimme havainnoimaan näytteilleasettajia, tuotetarjontaa sekä messuvieraita. Saimme paljon hiljaista tietoa, joka olisi

jäänyt saamatta ilman messukäyntejä. Valitsimme keväällä 2010 kahdet erilaiset messut vierailujemme kohteeksi, sillä tarkoituksena oli saada käsitystä meidän tuotteillemme sopivista messuvaihtoehdoista. Teimme molemmista messukäynneistä omat raportit, jotka löytyvät kokonaisuudessaan liitteistä (liitteet 2 ja 3).

Tärkeitä ja huomion arvoisia asioita messuilla olivat myytävien korujen kotimaisuus, sarjakoko, hintaluokka ja niiden sekä yrityksen visuaalinen ilme. Kiertäessämme messuja kiinnitimme huomiomme juuri näihin seikkoihin. Tämän lisäksi arvioimme messuja kokonaisuudessaan. Pyrimme hahmottamaan yleisilmettä, minkälaisen ensivaikutelman ne antoivat ja minkälainen tunnelma niissä vallitsi. Havainnoitimme apuna toimivat taulukkopohjat, jotka olimme tehneet ennen vierailuja. Taulukot olivat meitä itseämme varten, niin sanottuna muistilistana. Niiden avulla löysimme keskeiset asiat kustakin myyntipisteestä.

Ensimmäinen vierailukohteemme olivat Lahden jalaja korukivimessut. Kansainvälisillä kivimessuilla oli sekä kotimaisia että ulkomaalaisiakin kivi- ja korualan näytteilleasettajia n. 39 kpl. Tapahtumassa pystyi tutustumaan itse alaan ja sen harrastajiin, ostamaan erilaisia kiviä, koruja, sekä alalla tarvittavia materiaaleja, työkaluja ja laitteita. (Kivi- ja korumessut 20.3.2010 <<http://www.kivimessut.fi>>)

Ensimmäinen havainto messuilla oli, ettemme haluaisi itse myydä tuotteitamme siellä. Ne eivät olleet tyyliltään oikeanlaiset. Messuilla oli paljon kävijöitä, mutta suurimmaksi osaksi he olivat hakemassa tarvikkeita omaan koruharrastukseensa. Toinen tärkeä huomio oli, että visuaaliseen ilmeeseen kiinnitettiin huomiota keskimäärin melko vähän. Yrityksen omaa

imagoa oli tuotu esille todella vähän ja korujen esillepano oli harvoin yhtenäinen. Välillä meillä oli jopa vaikeuksia hahmottaa, missä loppui tietyn näytteilleasettajan myyntipiste, sillä yleensä kaikki olivat hyvin samaa massaa. Harva oli panostanut graafisiin materiaaleihin, kuten julisteisiin, esitteisiin ja käyntikortteihin. Vaikka messut eivät olleetkaan meidän tuotteillemme sopivat, oli käynti kokonaisuudessaan onnistunut. Saimme paljon käyttökelpoista tietoa jatkoa varten. (liite 2)

Toisena vierailun kohteena olivat Jyväskylän Kädentaitomessut. Messuilla oli kymmeniä näytteilleasettajia, jotka tarjosivat laadukkaita koriste- ja käyttöesineitä. Lisäksi messuilla oli paljon vaatteita ja asusteita sekä aikuisille että lapsille. Messuilla oli mahdollista nähdä myös työnäytöksiä, hankkia välineitä ja tarvikkeita omaan tekemiseen. (Mediapromessut 2.4.2010 <www.mediapromessut.fi/>)

Suurin osa messuilla myytävistä koruista oli kotimaisia. Kotimaisuus tulikin selkeästi positiivisesti ilmi messujen yleisilmeestä. Jos osallistuisimme tulevaisuudessa joihinkin messuihin, voisivat vastaavat kädentaitomessut olla varteenotettava vaihtoehto. Ilmapiiri messuilla oli todella hyvä. Ihmisiä oli paljon sekä myyjinä että asiakkaina. Näytteilleasettajien myyntipisteet olivat hyvin ammattimaisen näköisiä. Vaikka käsityöläisiä olikin paljon, olivat he selkeästi panostaneet messuihin. Useimpien myyntipisteiden takana olivat yritykset ja se myös näkyi. Yritysten graafista ilmettä oli tuotu hyvin esille, ja kaikki pyrkivät erottumaan joukosta. (liite 3)

3.2.2 Tiedon hyödyntäminen tuotesuunnittelussa
Kun on tarkoituksena myydä koruja messuilla, on jo tuotesuunnittelussa otettava huomioon useita eri asioita. Ei ole järkevää suunnitella tuotteita mielivaltaisesti, koska sillä tavoin on vaikea taata me-

nestymistä. Tutustuminen messumaailmaan muun muassa internetin ja vierailujen avulla auttoi paljon tuotesuunnittelun aloittamisessa ja ongelmien hahmottamisessa. Saamiemme tietojen avulla pystyimme päättämään keskeisiä asioita, jotka vaikuttavat suunnitteluun ja sitä kautta tuotteiden valmistamiseen. Tähän myös pyrimme messutiedon keräämisellä, sillä sen päätarkoituksena oli juuri tuotesuunnittelun tukeminen.

Messumyyntiä toteutettaessa on tuotteita oltava tarjolla melko paljon. Laaja tuotevalikoima tarkoittaa jo aikaisemmin raportissa esiteltyä käyttäjäsegmentointia. Meidän tulee varmistua siitä, että meillä olisi tarjolla tuotteita mahdollisemman monille asiakkaille. Laajan valikoiman lisäksi myös yksittäisiä tuotteita tulee olla paljon. Tämä tarkoittaa useampien kappaleiden valmistamista, minkä vuoksi hyvä valmistettavuus on tärkeää. Päädyimme siihen, että useammat tuotteistamme olisi hyvä valmistaa valamalla. Valaminen on nopea valmistustapa, ja hyödyllinen etenkin samanlaisia tuotteita valmistettaessa. Valaessa meidän tulee ottaa huomioon tuotteen lopullinen työstäminen, jotta valukappale saadaan nopeasti viimeistelyä. Mitä pienemmäksi pystymme supistamaan tuotteiden työstöaikaa, sitä paremmin voimme hyötyä tuotteiden hinnoittelussa.

Valmistettavuuden kannalta toisena asiana päätimme, ettemme lähde suunnittelemaan koruja, joissa olisi paljon erilaisia kiviä. Teimme tämän rajauksen sen vuoksi, ettemme tunne kivien istutusta vielä tarpeeksi hyvin. Tämän vuoksi istuttaminen olisi melko hidasta, jolloin tuotteita valmistettaessa menisi paljon ylimääräistä aikaa. Tämä näkyisi etenkin korujen hinnoittelussa, jolloin tuotteiden hinta väkisin nousisi. Jos kiviä käytettäisiin koruissamme, tulisi niissä olla mielestämme myös useita eri väri vaihtoehtoja. Sekin toisi valmistamiseen omat vaikeutensa.

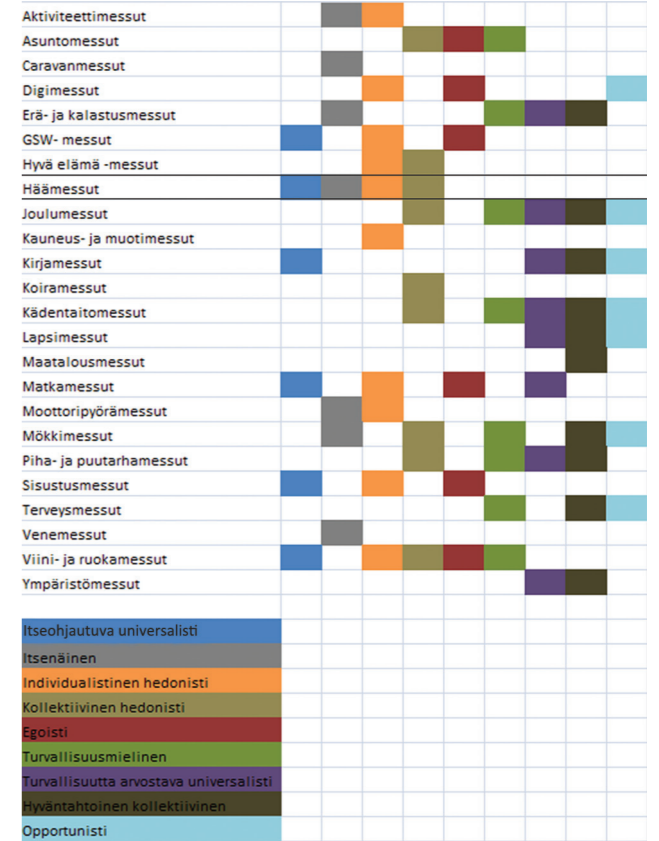
Esimerkiksi Saanan ei ole tarkoitus perehtyä kivien istuttamiseen tulevaisuudessa omassa yrityksessään, siksi ei ole ole tarpeellista suunnitella kivellisiä tuotteita myöskään tässä työssä. Virpinkään ei ole tarkoitus keskittyä kiviin messuille suunnatuissa koruissaan, juuri niiden hitaan istuttamisen vuoksi. Kivien istuttaminen on siis tekniikka, johon ei ole tarkoitus tutustua tämän opinnäytetyön aikana.

Messutiedon kerääminen vaikutti suurelta osalta myös siihen, mitkä messut valitsimme omaksi kohteeksemme. Tutkimalla muun muassa erilaisia messulistoja pystyimme karsimaan niistä meille tarpeelliset pois ja keskittymään olennaisiin.

3.2.3 Arvotyyppien jakautuminen eri messuille
Löysimme Messu- ja somistusalan liitto ry:n internetisivuilta messuluettelon, johon oli listattu kaikki Suomessa järjestettävät messut vuonna 2010. Tämä lista oli apunamme, kun mietimme missä messuilla kukin arvokonfliktityypologian arvotyyppi vierailisi. Pohdimme yksitellen jokaista arvotyyppiä, ja keräsimme listasta mielestämme hänelle sopivat messut (kuva 14). Teimme listauksen omien tuntemuksiemme mukaan, jonka vuoksi jako perustuu vahvasti omiin päätelmiimme.

Päätimme listata messut vain yleisnimillä, sillä esimerkiksi kädentaitomessuja on olemassa Suomessa hyvin monia. Kaikki listaamamme messut eivät välttämättä ole meille oleellisia messumyyntiämme ajatellen. Listasta nousi kuitenkin esiin meille tärkeitä messuja, joihin meidän kannattaa ehdottomasti osallistua tulevaisuudessa. Valitsimme listasta häämessut, joihin keskittyisimme tässä opinnäytetyössä. Jakomme perusteella häämessuilla vierailevat arvokonfliktityypologian arvotyypeistä kollektiivinen hedonisti, itsenäinen, itseohjautuva universalisti ja

individualistinen hedonisti. Näihin arvotyyppihin tuotesuunnittelumekin keskittyy.



Kuva 14. Arvotyyppien jakautuminen eri messuille

3.2.4 Häämessut

Valitsimme messuista kohteeksemme häämessut, sillä ne ovat mielestämme yhdet niistä messuista, joihin meidän kannattaa ehdottomasti keskittyä. Korut ovat yksi niistä asioista, jotka kuuluvat olennaisesti niin morsiusparin kuin muidenkin häihin osallistuvien valmistautumiseen. Esimerkiksi morsian hankkii usein pukuunsa sopivat korut, kuten myös kaaso. Korut ovat myös hyvin suosittuja huomenlahjoja. Suomessa järjestetään useita eri häämessuja useilla eri paikkakunnilla. Koska häitä vietetään ympäri vuoden, järjestetään myös häämessuja useina eri ajankohtina. Häihin valmistautuminen aloitetaan yleensä hyvissä ajoin.

Kävimme vierailmassa Häät & Rakkaus- messuilla Helsingin messukeskuksessa. Messut järjestettiin 15.-17.10.2010 ja ne esittelivät monia erilaisia tuotteita ja palveluita, jotka liittyvät olennaisesti häihin ja niiden järjestämiseen. Messuilla järjestettiin myös monenlaista ohjelmaa, kuten erilaisia näytöksiä. Koska samaan aikaan messukeskuksessa oli monta muutaakin messutapahtumaa, oli Häät & Rakkaus- messujen kävijöillä mahdollisuus vieraila muun muassa GSW-messuilla. Emme tehneet Häät & Rakkaus- messujen vierailusta samanlaista vierailuraporttia, kuten edellisistä, sillä halusimme keskittyä nyt pelkästään yleisen ilmapiirin havainnointiin. Tarkoituksena oli pääasiassa tutustua kyseisiin messuihin yleisesti, sillä halusimme tietää mahdollisemman paljon häämessuista tapahtumana.

Vierailun lisäksi pyysimme Häät & Rakkaus- messujen järjestäjiltä käytettäväksemme kävijätutkimusta, sillä arvelimme tästä olevan apua. Emme olisi ehtineet saamaan käytettäväksemme opinnäytetyöhön tämän vuoden tietoja, joten onneksemme saimme vuoden 2009 käyttäjätutkimuksen. Tutkimus tuki ajatustamme siitä, että häämessut olisivat meille so-

pivat messumyyntiä varten. Käyttäjätutkimuksesta muun muassa ilmeni, että kävijöistä 41% tutustui eri tuoteryhmistä nimenomaan koruihin. Edellä oli vain hääpukeutumisen, sillä 45 % kävijöistä tutustui juhlapukuihin. Käyttäjätutkimus tuki myös ajatustamme messuilla vierailevista arvotyypeistä. Valitsemamme arvotyypit ovat keski-ikältään melko nuoria ja myös messuvierailijoista 44 % oli 18-34 vuotiaita. (liite 4)

Vaikka olemme valinneet häämessut kohteeksemme tässä opinnäytetyössä, ei tarkoituksenamme ole kuitenkaan suunnitella pelkästään hääkoruja. Tämän vuoksi emme suunnittele esimerkiksi kihla- ja vihki-sormuksia. Suunnittelumme kohteina ovat nimenomaan arvotyypit, jotka vierailevat häämessuilla. Samat arvotyypit käyvät toki myös muilla messuilla, jolloin suunnittelemamme korut ovat mukana myös niissä tapahtumissa.

3.3 Virpin tuotesuunnittelu



Itselle ominaisinta tuotesuunnittelua

Päätin lähteä tuotesuunnittelussa liikkeelle itselleni kaikkein ominaisimmalla tavalla. Tyylini on piirtää hyvin paljon, jolloin materiaalia syntyy runsaasti. Minulla oli alusta asti tuotesuunnittelussa mukana luonnosvihko, johon piirsin aina kun mieleeni tuli uusi idea. En pyrkinyt tarkkoihin ja viimeistelyihin luonnoksiin, vaan tarkoitukseni oli ainoastaan tallentaa syntynyt idea. Oli se sitten esimerkiksi pelkkä muoto, pinta tai materiaali. Nämä piirrokset olivat aluksi hyvin nopeita, ns. peukalonkynsiluonnoksia (kuva 15). En karsinut ideoita millään tavalla, vaan tallensin kaiken ylös, ilman minkäänlaista kritiikkiä. Mielestäni tämä oli hyvä tapa juuri suunnittelun alussa, sillä myös huonommistakin ideoista voi jossain vaiheessa löytää jotain mielenkiintoista.

Jos lähden piirtämään liian rajoitetuista lähtökohdistä, niin luonnosten määrä yleensä vähenee merkittävästi. Tämän vuoksi minun on, ainakin aivan luonnostelun alussa, annettava itseni piirtää hyvin vapaamuotoisesti. Annan ajatuksen virrata ja piirrän ylös kaiken vähänkin mielenkiintoisen. Toki tiedonkeruun aikana saamamme rajat tuotesuunnittelulle kulkivat mielessä ja luonnostelussa koko ajan mukana. Jätin esimerkiksi kivet samantien pois piirroksistani. Myös eri arvotyypit olivat siinä mielessä mukana, että piirsin tarkoituksella koko ajan hyvin erityyppisiä luonnoksia. Siksi en jämähtänyt itselleni tyypillisiin muotoihin, miten olisi muussa tapauksessa voinut käydä. En tosin antanut rajoituksille suunnittelun alussa liikaa valtaa juuri mahdollisen ideoinnin tyrehtymisen takia.



Kuva 15. Kuva luonnoskirjasta

Uuden luonnostelutekniikan kokeilemistä

Tuotesuunnitteluni ensimmäinen vaihe oli juuri edellä kuvaamaani vapaata luonnostelua. Keskityin lähinnä pelkästään piirtämiseen, sillä tiesin sen olevan minulle vahvin luonnostelukeinoni. Ja myös varmin tapa saada sujuva ja tuottava suunnittelu käyntiin. En kuitenkaan halunnut jämähtää pelkästään piirtämiseen, koska olin tehnyt niin aina aiemmissa tuotesuunnitteluissa. Sen vuoksi halusin kokeilla myös jotain uutta luonnostelutekniikkaa. Vaikka piirtäminen on minulle hyvin luonnollinen ja helppo luonnostelutapa, on siinä aina ollut omat hankaluutensa. Piirtäminen sopii nopeiden luonnosten tekemiseen, mutta tarkempien, kolmiulotteisten mallien piirtäminen on hankalampaa. Tämän vuoksi halusin luonnostella jonkin konkreettisen materiaalin kanssa, josta näkisin heti mallin kolmiulotteisen muodon.

Päädyin kokeilemaan kovia, ohuita vahalevyjä, joita oli helppo muotoilla, sillä ne lämpenivät käsissä. Vahalla luonnostelu osoittautui erittäin toimivaksi

keinoksi, sillä pystyin toteuttamaan ideat, joita en osannut piirtää haluamalla tavalla paperille. Siirsin monet piirrokset suoraan vahaan, jolloin näin heti millaisilta ne voisivat näyttää oikeina koruina. Vahaa työstäessä piirretyt ideat myös kehittyivät paljon eteenpäin. Näin ei olisi välttämättä käynyt, jos olisin yrittänyt kehittää niitä pelkästään paperilla. Vahan avulla sain myös aikaan ideoita, joita en olisi varmasti keksinyt pelkästään piirtämällä. Koska näin koko ajan vahamallin kolmiulotteisen muodon, sitä oli helppo muuttaa haluamaansa suuntaan. Piirtämisen vaikeutena on juuri kaksikulotteisen piirroksen kuvittelemisen kolmiulotteiseksi. Päässä olevia ideoita ei aina saa haluamassaan muodossa paperille. Vahan ajatusten siirtäminen oli huomattavasti helpompaa.

Vahaa muotoillessa sain aivan uudenlaisen innostuksen luonnosteluun. Se oli hauskaa, helppoa ja innostavaa. Tuntui hienolta saada aikaan sellaista, mitä ei ollut ennen tehnyt. Tämän vuoksi tulen varmasti käyttämään samaa tekniikkaa myös jatkossa. Vahalevyjen käyttö luonnostelussa oli myös hyvä ajatus siltä kannalta, että vahamallit oli helppo valaa suoraan hopea materiaaliin. Valetuista malleista pystyi suoraan katsomaan, että toimivatko ne hopeisina. Vaikka jotkut malleista näyttivätkin vahassa hyvältä, eivät ne välttämättä toimineet enää valun jälkeen. Näihin malleihin pystyi helposti tekemään muutoksia tai hylkäämään tarvittaessa kokonaan.

Tiedonhaun rajaukset mukana suunnittelussa

Alun vapaassa piirtämisessä ja vahan muotoilussa oli suurena apuna arvotyyppejä varten tekemämme visuaaliset hahmot ja korujen kolmiotaulut. Heidän korujaan kuvaavat sanat ja kuvat antoivat uusia ideoita, kun alkoi tuntua siltä, että luonnostelu hyytyy. Yhdistelemällä kolmiotaulun sanoja ja kuvia toisiinsa

sain aikaan paljon yllättäviäkin korun ominaisuuksia. Näiden avulla sain suunnitteluun aivan uusia näkökulmia ja muistin myös niin sanotusti pysyä oikealla tiellä.

Kun olin saanut alun luonnostelun jälkeen tarpeeksi materiaalia, jota lähteä karsimaan ja kehittämään eteenpäin, keskityin tekemiimme rajauksiin vielä tarkemmin. Karsin aivan ensimmäisenä pois luonnokset, joiden en katsonut soveltuvan tähän oppinäytetyöhön. Karsimisen jälkeen aloin luokitella jäljelle jääneitä ideoita. Muistin hyvin jokaisesta luonnoksesta, mitä olin ajatellut niitä suunnitellessani. Esimerkiksi osa luonnoksista oli aivan selkeästi suunniteltu juuri tiettyä arvotyyppiä mielessä pitäen. Tämän vuoksi oli helppo jakaa luonnokset arvotyyppien kesken. Koska aluksi tarkoituksenamme oli suunnitella useammalle arvotyyppille, oli minulla jopa liikaa erilaisia luonnoksia. Pystyin kuitenkin löytämään helposti suunnitelmat kahdelle arvotyyppilleni, kollektiiviselle hedonistille ja itsenäiselle. Vaikka en ollut tietoisesti karsinut miesten koruja pois suunnitelmistani, niin kaikki valitut luonnokset sattuiivat olemaan naisille suunnattuja.

3.3.1 Kollektiivinen hedonisti



Kollektiivisen hedonistin tyyli on melko rentoa ja yksinkertaista, joten halusin lähteä suunnittelemaan hänelle tähän sopivaa korusarjaa. Hänelle tyyppisten korujen tulee mielestäni olla helpokäyttöisiä, jolloin niitä ei tarvitse erikseen riisua pois esimerkiksi harrastuksiin mennessä. Näin ollen koruja voi pitää halutessaan aina arjessa. Tämä tulee ottaa huomioon etenkin korujen koossa, jonka vuoksi kollektiivisen hedonistin korujen tulee olla melko pienikokoisia. Halusin korujen sopivan kuitenkin myös juhlimpiin tilanteisiin, jolloin korut ovat monikäyttöisiä. Näin ollen tarkoitukseni oli suunnitella sarja, josta on mahdollista valita halutessaan myös hieman näyttävämpiä koruja. Tosin myös näyttävämmät korut olisivat kollektiivisen hedonistin tyyliin vielä sopivan hillittyjä.

Kollektiiviselle hedonistille sopivia korusarjoja on markkinoilla olemassa hyvin paljon, sillä hänen tyyliinsä on melko perinteinen. Tutustuin useisiin eri korusarjoihin, joista esittelen kaksi mielestäni erinomaisesti hänelle soveltuvaa sarjaa. Ensimmäinen sarja on Ritva-Liisa Pohjalaisen Sydän (kuva 16). Nimensä mukaisesti korujen muotokielessä näkyy arvotyyppin tyyliin sopiva sydän. Sydämet ovat samalla kuin lehtiä, jolloin niissä näkyy lehtien suonitus. Myös luontoaiheet sopivat hyvin kollektiiviselle hedonistille, joten näiden kahden asian yhdistäminen korussa soveltuu hänelle enemmän kuin hyvin. Korusarjaan kuuluvat sekä tappikorvakorut että riippuvat korvakorut, kaulakoru ja riipus. Kaikkien korujen kiinnitys ja ketjut ovat hyvin perinteisiä. Kaikki korusarjan osat ovat sellaisia, joita uskon kollektiivisen hedonistin voivan käyttää päivittäin. En nimittäin näe tämän arvotyyppin käyttävän usein esimerkiksi rintakoruja.



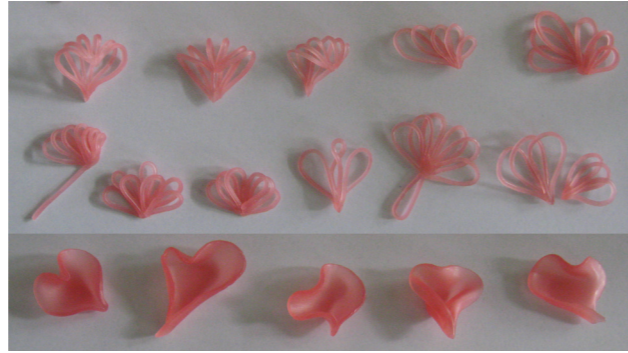
Kuva 16. Ritva-Liisa Pohjalaisen sydän



Kuva 17. Kalevala Korun Talon sydän

Toinen kollektiiviselle hedonistille mielestäni hyvin sopiva sarja Kalevala Korun Talon sydän (kuva 17). Korusarjan tarina on hyvin perinteinen ja arvotyyppille sopiva, sillä se kertoo muun muassa kestävästä rakkaudesta. Muotokieli on hyvin tunnistettavissa oleva sydän, joka on muotona erittäin selkeä. Tämä muoto sopii kollektiiviselle hedonistille, sillä korut ovat rauhallisia ja näin ollen yksinkertaisen kauniita. Korusarja muodostuu tämän sydämen ympärille, joka löytyy sarjan jokaisesta osasta. Sydän on kooltaan melko pieni, jonka vuoksi korut soveltuvat hyvin arvotyyppin jokapäiväiseen käyttöön. Useampia sydämiä löytyy

sarjan käädyistä ja rannekorusta. Muissa koruissa on käytetty vain yhtä sydäntä. Sarjasta on siis mahdollista valita yksinkertaisempia koruja tai myös hieman näyttävämpiä. Pienemmän sydämen lisäksi sarjasta löytyy myös muun muassa riipus, jossa sydän on selvästi isompi. Mielestäni kuitenkin juuri pienet sydämet ovat kollektiivisen hedonistin tyyliin parhaiten sopivia. Talon sydän edustaa mielestäni todella hyvin kollektiiviselle hedonistille sopivaa korusarjaa. Myös valmistettavuuden kannalta korusarja on sopiva omaa suunnitteluani ajatellen, sillä siinä on yksi valettava osa, jota monistamalla korusarja muodostuu. Tämän vuoksi halusin lähteä omassa suunnittelussa liikkeelle pitäen mielessä Talon sydän- korusarjan.



Kuva 18. Vahamalleja kollektiiviselle hedonistille

Omassa tuotesuunnittelussani keskityin korujen muotokielessä asioihin, jotka tulevat esille kollektiivisen hedonistin kolmiotaulussa. Halusin korujen olevan melko perinteisiä ja niiden muodon olevan helposti tunnistettavissa. Korujen tulisi myös olla selkeitä ja yksinkertaisen kauniita. Lähdin suunnittelussa liikkeelle kollektiiviselle hedonistille tyyppillisistä aiheista, jotka ovat luonto ja perinteiset symbolit. Suunnitelmissani esiintyi paljon erilaisia variaatioita kukista ja sydämistä (kuva 18), sillä ne sopivat tälle arvotyypille mielestäni hyvin. En kuitenkaan halunnut luonnostella pelkästään selkeitä kukkia ja sydämiä, vaan kokeilin myös näiden kahden yhdistämistä. Muotokielen pyrin pitämään kuitenkin hyvin selkeänä ja pehmeänä.

Useat suunnitelmistani olivat jopa liian monimuotoisia arvotyyppiä ajatellen. Lopulta päädyin valitsemaan muodon, joka oli mielestäni hyvin pehmeä ja siro. Se on samalla kevyen oloinen, sillä se muodostuu lankamateriaalista, jolloin siihen jää myös tyhjää tilaa. Korusarjassa näkyy keskeisesti tämä yksi osa, jota monistamalla sarja muodostuu. Mietin paljon tämän osan kokoa, sillä sen tulisi olla arvotyypille sopivasti pienikokoinen, mutta sen tulisi pysyä selkeänä. En halunnut korun menevän liian pieneksi, jolloin sen muodon hahmottaminen vaikeutuisi. Koon lisäksi pohdin paljon muotoa kokonaisuutena, jonka vuoksi piirsin muotoa yhä uudestaan ja uudestaan (kuva 19). Tämän lisäksi hahmotin muotoa suoraan hopealangassa, jolloin näin muodon eri variaatioita kolmiulotteisena (kuva 20). Tarkoitukseni ei ollut valmistaa kollektiivisen hedonistin korusarjaa valmiiksi asti, mutta halusin kuitenkin tehdä erilaisia kokeiluja oikeassa materiaalissa. Tällöin myös sopivan kokoluokan hahmottaminen oli helpompaa. Päädyin siihen, että kollektiivisen hedonistin korut olisivat kiiltäviä. Kiiltävä pinta on arvotyypille sopivan turvallinen vaihtoehto, sillä se on hyvin ajaton.



Kuva 19. Valitun muodon hahmottelua



Kuva 20. Vahamallista valettu proto ja muodon kokeilua hopealangassa

3.3.2 Itsenäinen



Itsenäisen tyyli on nuorekkaan rento, mutta korut ovat usein piristämässä kokonaisuutta. Halusin lähteä suunnittelemaan itsenäiselle persoonallista korua, joka saa olla vahva ja näyttävä. Hänelle sopivat korut poikkeavat aivan perinteisestä tyylistä, ja ne ovat harkittuna lisänä hänen pukeutumisessaan. Itsenäisen korut ovat melko näyttäviä, jonka vuoksi ne sopivat hyvin moneen juhlaan. Hän käyttää samoja koruja kuitenkin mielellään myös arjessa. Mielestäni pienet ja hyvin sirot korut eivät ole tyyppillisiä itsenäiselle, jonka vuoksi koru saa olla näyttävä myös kooltaan. Hänelle sopivien korujen muotokieli voi olla hyvin monipuolinen, sillä voin hyvin kuvitella itsenäisen käyttävän sekä orgaanisia, geometrisiä että näitä kahta yhdisteleviä koruja. Korussa voi mielestäni myös leikitellä materiaaleilla ja pintakäsittelyillä. Tavoitteenani oli suunnitella itsenäiselle korusarja, josta löytyisi kaivattua kontrastia.

Markkinoilta löytyy useita korusarjoja, jotka sopivat mielestäni itsenäisen tyyliin hyvin. Valitsin itsenäiselle myös kaksi mielestäni erinomaisesti sopivaa korusarjaa, joiden voisin hyvin kuvitella hänen käyttösäänsä. Ensimmäinen korusarja on Lumoavan Finlandia (kuva 21). Myös Finlandia koostuu yhdestä, valettavasta osasta, jota monistamalla sarja muodostuu. Koruissa on yhdistelty itsenäisen tyyliin sopivasti sekä orgaanista, aaltomaista muotoa että geometristä, neliömäistä muotoa. Korujen moniulotteisen pinnan ansiosta valo pääsee leikittelemään sen pinnalla. Tämän vuoksi koruista löytyy arvotyyppin korumaailmalle ominaista valon ja varjon vaihtelua. Näitä ominaisuuksia haluan löytyvän myös omasta korusarjastani. Finlandia-sarjaan kuuluvat kaulakoru, riipus, rannekoru ja tappikorvakorut. Näiden lisäksi voisin ajatella itsenäisen käyttävän myös rintakoruja. Rintakoru sopii hyvin juhlaan, mutta myös arjessa se sopii itsenäisen tyyliin enemmän kuin hyvin.



Kuva 21. Lumoavan Finlandia

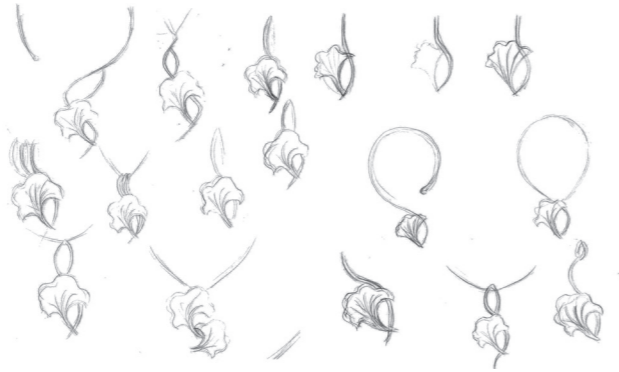


Kuva 22. Kalevalan Korun Opus

Toinen itsenäiselle sopiva korusarja on mielestäni Kalevala Korun Opus (kuva 22). Korusarjaan kuuluvat riipus ja tappikorvakorut. Etenkin korusarjan riipus sopii itsenäiselle mielestäni hyvin, sillä se ei ole aivan perinteinen. Korussa on juuri itsenäisen tyyliin sopiva juuri, joka tekee siitä sekä mielenkiintoisen että monikäyttöisen. Riipusta voi käyttää kokonaisuutena, mutta se koostuu eri osista, joita kaikkia on mahdollista käyttää myös erikseen. Näin ollen riipuksesta saa helposti muunneltua korun niin arkeen kuin juhlaankin. Opus-riipus on suurikokoisena myös hyvin

näyttävä, siksi se sopii mielestäni itsenäisen tyyliin erittäin hyvin. Riipuksen pintakäsittely on hyvin moni-ilmeinen, jolloin se tahtaa valoa ja tuo koruun yhä enemmän mielenkiintoa.

Lähdin itsenäisen korusarjan suunnittelussa liikkeelle siitä, että koruissa tulisi olla jokin juju. Tämä ei tarkoita kuitenkaan mitään liian erikoista, vaan halusin käyttää esimerkiksi hieman erilaista sommittelua. Tämän lisäksi halusin korujen kiinnityksen poikkeavan hieman perinteisestä, jonka vuoksi hahmottelin muun muassa erilaisia riippuvien korvakorujen koukkuja. En halunnut myöskään kaulakoruun perinteistä ketjua, vaan halusin sen pantamaiseksi (kuva 23). Korujen muotokielessä perustana olivat monet itsenäisen kolmiotaulussa esiintyvät asiat. Halusin tuoda koruun tiettyä kontrastia ja vastakohtia muun muassa erilaisilla pinnoilla ja muodoilla. Halusin koruihin muun muassa hyvin orgaanisen ja lehtimäisen muodon, jonka pinta ei ole täysin kiiltävä. Lehden pinta saisi olla hyvin elävä ja myös patinoitu, jolloin sen valon ja varjon leikki korostuu. Tämän orgaanisen muodon lisäksi korussa näkyisi vastapainona lankamaiset muodot, jotka ovat hyvin kiiltäviä. Koska pidin itsenäiselle suunnittelemaani korusarjaa ehdottomasti haastavampana toteutettavana kuin kollektiivisen hedonistin, halusin valmistaa sen kolmiulotteiseksi korusarjaksi asti. Varsinkin sarjalle hahmottelemaani kolmiulotteisuutta olisi ollut vaikea toteuttaa pelkästään paperilla.

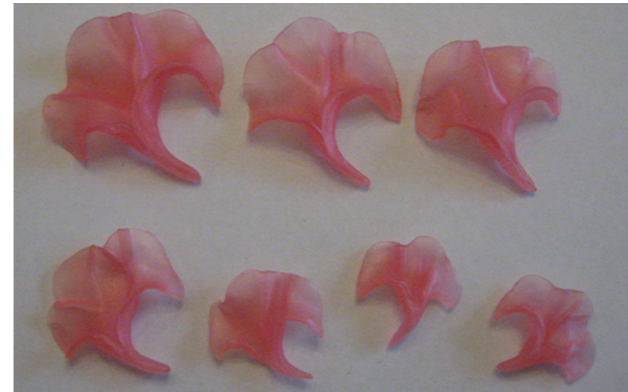


Kuva 23. Ensimmäisiä luonnoksia itsenäisen koruista



Kuva 24. Vahamalleja erilaisista lehtimuodoista

Monista erilaisista lehden muodoista (kuva 24) löytyi melko helposti oma suosikkini. Valittu muoto (kuva 25) istuu mielestäni parhaiten suunnittelemaani lankamaiseen oksistoon. Tarkoituksena oli, että kaulakorusuissa on isompi lehti ja korvakoruissa pienempi. Tällöin korvakoruissa käytettäisiin samaa lehteä, mutta aina eri päin, jotta korvakorut ovat toistensa peilikuvat. Lehtien ei ole tarkoituskaan olla täysin samanlaisia. Ne saavat olla hieman erilaisia, sillä näinhän on luonnossakin. Mielestäni tämä sopii myös itsenäisen tyyliin, jolloin jokainen lehti on oma erilainen itsensä.



Kuva 25. Valittu lehtimuoto

Lopullisessa suunnitelmassani on suuressa osassa monimuotoisuus. Esimerkiksi korvakoruihin halusin monta eri ilmettä, jolloin ne näyttäisivät erilaisilta eri suunnista katsottuna (kuva 26). Tietystä suunnasta korvakorut näyttäisivät hyvin aaltoilevilta, mutta sivuilta katsottuna ne ovat symmetrisemmät, mantelin muotoiset. Halusin korvakorujen olevan hyvin näyttäviä, jolloin niissä saa olla kokoa. Korvakoruissa ei ole perinteistä koukkuja, vaan niin sanottu koukkuosa on hyvin vahvana osana kokonaisuutta ja muotokielttä. Halusin muun osan korusta nimittäin tukevan lehtimuotoa. Lankamaiset osat ovat ikään kuin taipuvana oksana, jossa lehti lepää.



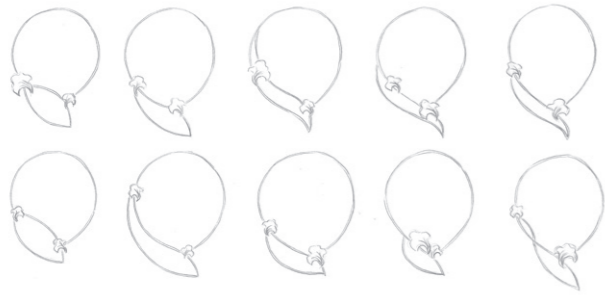
Kuva 26. Korvakoru kuvattuna edestä ja hahmotelmia sen eri ilmeistä

Olisin halunnut, että oksia näkyisi korvakoruissa useita, jolloin korut olisivat myös näyttävämmät (kuva 27). Tässä vaiheessa minun tuli kuitenkin ajatella valmistettavuutta. Mitä useampia lankoja korvakoruihin tulisi, sitä työläämpi se olisi valmistaa. Mikäli valmistan messuille useampia sarjoja, tulee minun karsia esimerkiksi juotosten määriä. Korvakoruissa kuluu paljon aikaa juuri lankamaisen osan muodostamiseen. Tämän vuoksi päädyin pitämään muodon yksinkertaisempana, jolloin korvakoruihin tulee vain yksi juotos.



Kuva 27. Erilaisia vaihtoehtoja korvakoruille, kuvattuina edestä ja sivulta

Myös kaulakorussa pantaosa kaartuu oksistoksi, joiden päällä lehtimuodot lepäävät. Halusin kaulakoruun samaa kolmiulotteisuutta ja monimuotoisuutta, mikä näkyy korvakoruissa. Tämän vuoksi oksistossa on nähtävissä sama mantelin muoto ja kaarevuus kuin korvakoruissakin. Kaulakorun kohdalla jouduin miettimään jälleen valmistettavuutta. Jotta pystyisin saamaan aikaan itseäni miellyttävän kokonaisuuden, olisi kaulakoruun tultava enemmän juotoksia kuin esimerkiksi korvakoruihin. Pysin kuitenkin siihen, ettei aikaa valmistamiseen kuluisi liian kauan. Tämän vuoksi muutin suunnitelmiani jo valmistamisvaiheessa. Kaulakorussa ei ole kahta lehteä, kuten luonnoksissani näkyy (kuva 28). Vaikka kaulakoru, kuten korvakorutkin, on hyvin näyttävä, en halunnut sitä kuitenkaan liian massiiviseksi ja raskaaksi. Tämän vuoksi lankamateriaali on hyvä sirompana vastakohtana massiivisemmille lehtimuodoille.



Kuva 28. Luonnoksia kaulakorusta

3.4 Saanan tuotesuunnittelu



Tämän opinnäytetyön aikana halusin kokeilla hieman erilaisempaa luonnostelua ja suunnittelua kuin aiemmin edellisinä kouluvuosina. Opintojen aikana olen välillä nähnyt jopa painajaisia luonnosten piirtämisestä, koska minulle ei ole luonnollista piirtää satoja muotoja ja luonnoksia, ja sitä kautta päästä parhaaseen lopputulokseen. En koe piirtämisen olevan luonnoksilleni ja ajatuksilleni eduksi, koska piirustustaitoni on liian rajoittavaa. Minun on helpompi työstää muotoja ja ajatuksia suoraan kolmiulotteiseen muotoon. Tämän olen kokenut jo edellisessä kampaajan ammatissani. En koskaan tehnyt tarkkaa suunnitelmaa esimerkiksi hääkampaukseen vaan työstin sitä koko kampauksen teon ajan. Kampausta tehdessäni olen luovassa tilassa, jossa muotoilen kampauksen hiusten sen hetkisen ns. tahdon mukaan. Pitkien hiusten kampaukset olivatkin suurin vahvuuteni kampaajana. Tähän ajatukseen sain vahvistusta edellisessä tuotesuunnittelu jaksossa, jolloin tein myös käyttäjälähtöistä tuotesuunnittelua. Aluksi luonnostelin kymmeniä luonnoksia, jonka jälkeen turhauduin ja otin avuksi muovailuvahan ja paperin. Taisin jopa tehdä luonnoksia myös foliosta. Tämän jälkeen äänestimme luokassa jokaisen luonnoksista muutaman parhaan luonnoksen ja minun kohdalla selkeästi suurimman kiinnostuksen sai luonnokset, jotka olin tehnyt jollain muulla tavalla kuin piirtämällä.

Näiden opintojen aikana olen kehittynyt myös piirustustaidoissa, mutta koen edelleen sen rajoittavan luovuuttani. Siksi halusin nyt kokeilla tuotesuunnittelua ilman kynää. Luonnostelumateriaaliksi valitsin vahan, koska se muotoutuu käsissä plastisesti haluamaani muotoon. Sen kautta muotoilin eri muotoja ihan luonnostelun alkuvaiheessa ja tuotesuunnitteluprosessin edetessä jatkotyöstin parhaita ideoita. Tämän vuoksi minulle olikin luonnollisempaa valmistaa konkreettisesti molemmat korusarjat valmiiksi, vaikka alkuperäinen idea oli valmistaa vain toinen ja

piirtää toinen. Mutta valmis koru muotoutuu vasta käsissä todelliseen muotoonsa.

Tuotesuunnittelun alkuvaiheessa luonnostelin kymmeniä muotoja vahamalleihin. Jokainen vahamalli muovautui sormieni välissä useisiin muotoihin, ennen kuin se sai lopullisen hyväksyttävän muodon. Minulle on ominaista nimenomaan liika kriittisyys luonnosteluvaiheessa ja sen vuoksi vaha ”todentui” hyväksi luonnostelu tavaksi, koska silloin en hylännyt ns. huonoja ideoita vaan jatkoin niiden työstämistä, kunnes sain ne ylittämään oman kriittisen kynnykseni. Näin ollen ne ”huonot ideat” saivat vielä mahdollisuuden nousta hyväiksi. Seuraavassa vaiheessa valoin parhaimmista muodoista hopeakappaleet, jotta näin kuinka ne toimivat metallissa. Tämän vaiheen jälkeen alkoi karsinta ja lopullisen muodon valinta. Kun lopullinen muoto oli valittu, aloitin tuoteidean jatkokehittelyn, eli muodosta valmiiksi korusarjaksi.

Luonnostellessa taustalla mielessäni oli tietty arvotyyppi ja minkälainen hänen korunsa olisi. Tässä vaiheessa tärkeänä työkaluna olivat arvotyyppien hahmokuvat ja niiden tulkinta. Luonnostelun alkuvaiheessa pidin suunnittelun avoimena siltä osin, olisiko koru naiselle vai miehelle, mutta luonnoksia tarkastellessa ei ollut montakaan luonnosta tai muotoa mikä olisi ollut miehelle sopiva. Tämä oli kuitenkin odotettavissa, koska koen naiselle suunnittelun olevan lähempänä omaa tyyliäni. Tuotesuunnitteluprosessin edetessä tarkensin suunnittelua entisestään kyseiselle arvotyypille kohdistetusti. Tässä vaiheessa olennaiseksi avuksi tulivat kolmiotaulut ja niiden tulkinta.

Nämä molemmat arvotyypit, itseohjautuva universalisti ja individualistinen hedonisti, ovat hieman vahvempia persoonia, joten tyylilleni ominaista korumuotoilua on varmasti nähtävissä valmiissa korusarjoissa. Molemmissa korusarjoissa prosessin kulku

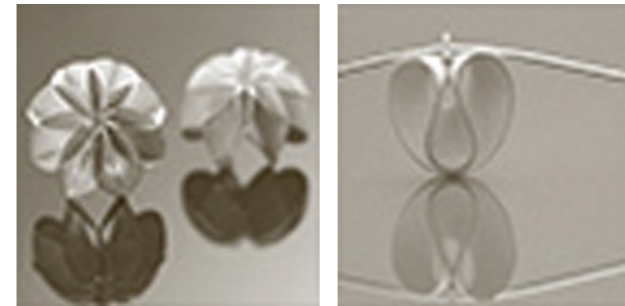
on samanlainen ja ne kulkivatkin käsi kädessä koko matkan. Ensimmäisenä esittelen itseohjautuvan universalistin korusarjan prosessin etenemisen, jonka jälkeen samalla kaavalla individualistisen hedonistin korusarjan.



3.4.1 Itseohjautuva universalisti

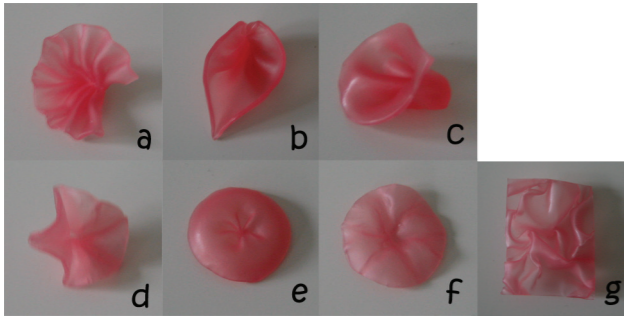


Itseohjautuvalle universalistille sopivia koruja löytyy etsinnän jälkeen useita. Usein ne ovat pienien sarjojen valmistajia. Seuraavaksi esittelen kaksi eri korua, jotka mielestäni sopivat itseohjautuvalle universalistille. Molemmat korut ovat saman tekijän, Inni Pärnäsen, mutta toinen on hieman geometrisempi ja näin ollen särmikkäämpi (kuva 29), toinen taas pehmeämpi (kuva 30). Tyyliiltään ne ovat taiteellisempia. Muotokieli on kolmiulotteinen ja kooltaan koru on suurehko. Muotokielessä on jotain mitä katse lähtee seuraamaan, kuten alla olevissa malleissa esimerkiksi reunojen jatkuvuuden etsiminen. Korut ovat hopean värisiä, ja valkoisen hohtava sävy korostaa niiden puhtautta. Korussa oleva tyhjä tila on tärkeässä roolissa. Mielestäni nämä korut voisivat kuitenkin olla kooltaan vielä suurempia. Vaikka toinen koruista on orgaanisempi ja toinen geometrisempi, niin molemmat sopivat itseohjautuvan universalistin tyyliin. Ne ovat kuitenkin linjoiltaan pehmeitä eivätkä kovan oloisia, kuten jos korun ulkomuodot eli ääriviivat olisivat kovin jyrkkiä. Nyt niiden kokonaisuus on yleisilmeeltään pehmeä.



Kuva 29-30. Itseohjautuvalle universalistille sopivia koruja

Lähtiessäni liikkeille luonnostelussa, minulla oli taustalla Martti Puohiniemen analyysi itseohjautuvasta universalistista. Tämän lisäksi olimme tehneet visuaalisen hahmokuvan heistä. Näiden pohjalta lähdin luonnostelemaan muotoja. Luonnostelussahan käytin vahaa apuna ja piirtämisen jätin kokonaan pois. Vahamalleja muotoillessa annoin luovuuden viedä prosessia eteenpäin ja tein kymmeniä vahamalleja, tämä kuitenkin vaikuttaa lukuna pieneltä määrältä, mutta jokainen muoto on nähnyt vähintään kymmenen muotoa ennen kuin siitä on tullut lopullinen versio. Näistä välimuodoistakin olisi ollut hyvä saada kuvat, mutta siinä vaiheessa kun pääsen tiettyyn tilaan, en pysty keskeyttämään sitä kuvaamalla. Mutta vaikka nämä ns. välivaiheet puuttuvatkin kuvina, näkyy prosessin eteneminen näistä kymmenistä vahamalleista. Seuraavaan kuvasarjaan olenkin koonnut selkeimmät rajapyykit, jossa luonnostelu on ottanut harppauksen.

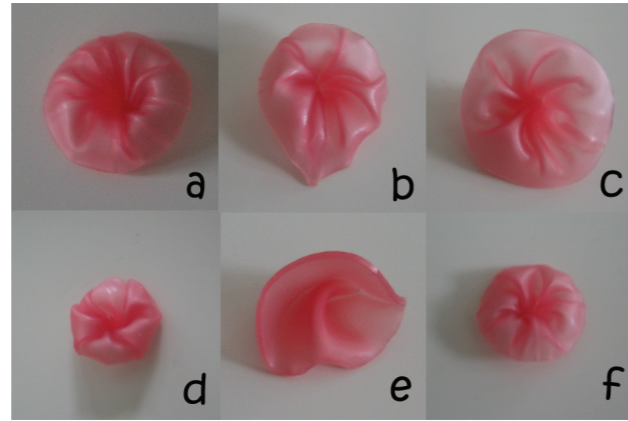


Kuva 31. Vahaluonnostelua itseohjautuvalle universalistille.

Jatkokehittelyä

Nämä yllä olevat mallit olivat kiinnostavimpia ja lähdin kehittämään näitä eteenpäin. Ensin valoin ne hopeaan, jotta näin mikä toimii metallissa ja mikä ei. Vahan rypytytys (kuva 31 a) oli rohkeudeltaan ja runsaudeltaan sopivaa itseohjautuvalle universalistille ja päätin lähteä viemään sitä eteenpäin. Toisena mielenkiintoisena vaihtoehtona pidin kuppimallia (kuva 31 e, 31 f) ja sen tuomaa syvyyttä. Näitä luonnostellessa tein lisää vahamalleja yhdistelin ominaisuuksia molemmista muodoista. Otin tässä vaiheessa kolmiotaulut uudelleen avuksi ja aloin suuntaamaan korun ominaisuuksia juuri tälle arvotyypille oikeiksi. Halusin muotoon kerroksellisuutta ja runsautta korostamaan itseohjautuvan universalistin rohkeutta ja halua erottua. Koru saa kokoluokassaan olla kookas, joten jätin pienen piiperryksen pois.

Jatkoin päässä syntyneiden ideoiden toteuttamista vahaan ja seuraavassa kuvasarjassa onkin näkyvissä jatkokehittelyn tuotoksia.



Kuva 32. Jatkokehittelyn tuotosta itseohjautuvalle universalistille.

Nämä yllä olevat muodot (kuva 32) kiehtoivat minua eniten ja olivat luonteeltaan sopivimpia itseohjautuvalle universalistille, joten valoin kappaleet metalliin ja valitsin lopullisen muodon. Viimeiseksi vaiheeksi jäikin sitten muodon siirtäminen valmiisiin koruihin. Kuten yllä olevista kuvista näkyy, on varsinainen muoto tuossa vaiheessa jo varsin hyvin selvillä. Eri vahamalleja tehdessä kokeilin kuitenkin paljon eri kokoja ja paksuuksia. Lisäksi rypytystä tehdessä kokeilin hieman eri tiheyksiä, kunnes löytyi se oikea yksilö, jossa mielestäni pääsin haluttuun lopputulokseen.

Valitun muodon loppukehittely valmiiseen korusarjaan asti

Seuraavassa kuvassa on lopullinen muoto valittu (kuva 33). Se on korussa sellaisenaan pääosassa, mutta korusarjan valmistumiseen päästäkseni, minun oli vielä ratkaistava viimeistelypinta. Lisäksi ratkaistavia asioita oli myös seuraavat, kuinka se roikkuu, missä se roikkuu ja mitä osia korusarjaan kuuluu.



Kuva 33. Valittu muoto itseohjautuvalle universalistille.

En halunnut lähteä sekoittamaan koruun värejä, koska hopea antaa puhtaan ja selkeän linjan runsaan muodon korostamiseksi. Koru vaati mielestäni lisää jännitettä ja tämän vuoksi halusin pintaan sekä matta että kiiltävää. Tässä vaiheessa mielessäni oli selkeä visio hieman erilaisesta kiinnitystavasta sormuksessa. Sormus olisi perinteisesti puettava, mutta se sijoittuisi kahden sormen väliin. Kaulakorua mieltiessäni pidin hyvin selkeänä, että tämä kyseinen muoto on tärkeässä osassa korussa eli yksinkertaisuudessaan se on huomion keskipisteenä. Perinteinen riipus olisi tässä tilanteessa paras ja yksinkertaisin ratkaisu runsaan muodon rinnalla. Koska kyseessä on niinkin itsenäinen ja rohkea nainen kuin itseohjautuva universalisti, ei mielestäni hänelle sopinut ketjuksi perinteinen 45cm pitkä, ohut perusketju. Halusin hieman voimakkaamman eli papuketjun, joka on reilusti pidempi ja koru saa roikkuu tavallista matalammalla. Ketjun pituudeksi valitsin 90cm. Korusarjaan kuuluu myös korvakorut. Muoto korostaa nättisti korvan pyöreyyttä ja siitä johtuen valitsin korvakorujen tyyliksi nappikorvakorut. Se sopii myös senkin vuoksi paremmin itseohjautuvalle universalistille, että se on mielestäni modernimman tyyliä versio. Jos korvakorusta olisi tullut roikkuva, olisi se myös saanut olla reilusti suurempi, mutta tällöin ongelmaksi olisi tullut korun paino. Nappikoruna korun koko korostuu enemmän.

3.4.2 Individualistinen hedonisti

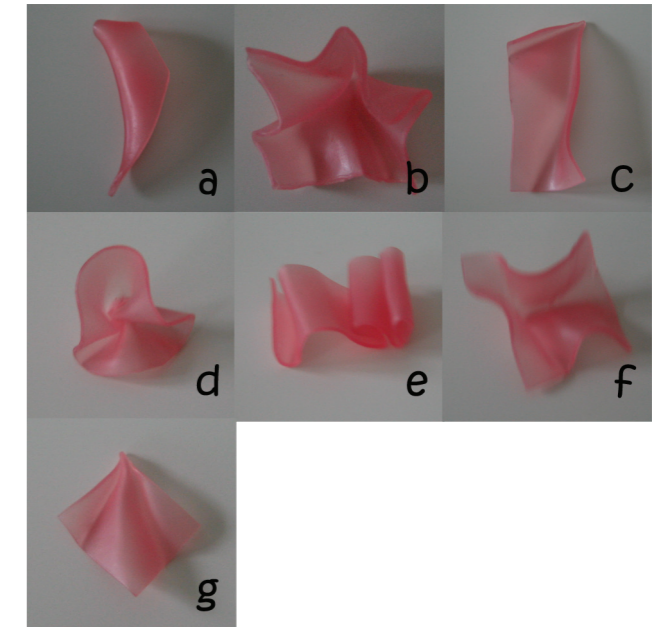


Individualistisen hedonistin korutyylillä on nuorekkaan vauhdikas. Sen on kuitenkin pysyttävä menossa mukana. Seuraavaksi esittelen kaksi korua, jotka sopivat mielestäni individualistisen hedonistin tyyliin. Alla olevassa korussa (kuva 34) on nähtävissä virtaviivasta ja laskeutuvaa liikettä. Se on kokoluokaltaan mielestäni kuitenkin aavistuksen liian hento, mutta perusmuotokieleltään oikean tyylinen. Siinä on mielenkiintoisia kaaria, jotka herättävät mielenkiinnon. Tässä toisessa korussa (kuva 35) puolestaan kaarien voima sekä karhennettu mattapinta ovat isossa roolissa. Koru on monikäyttöinen: sitä voisi pitää nahkanauhassa tai ketjussa. Molemmat korut voisivat mielestäni olla suurempia ja massiivisempia, silloin ne kävisivät individualistiselle hedonistille vielä paremmin myös näyttävänä juhlakoruna.



Kuva 34-35. Individualistiselle hedonistille sopivia koruja

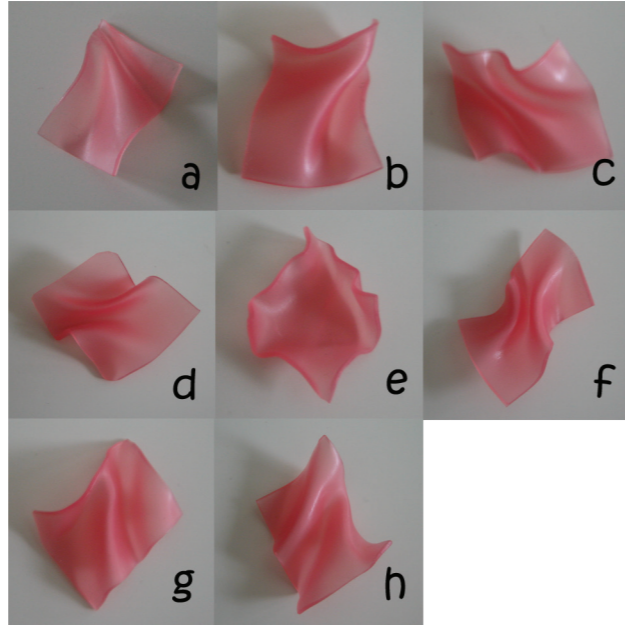
Individualistisen hedonistin luonnostelu meni samalla kaavalla kuin itse ohjautuvan universalistinkin. Eli lyhyesti kerrattuna teorian taustavaikuteista muodon antoa vahaan. Seuraavana kuvasarja, jossa on tärkeimmät muodot individualistisen hedonistin korun muodon annolle.



Kuva 36. Vahaluonnostelua individualistiselle hedonistille.

Jatkokehittelyä

Näitä yllä olevia vahamalleja pidin vahvimpina vaihtoehtoina individualistiselle hedonistille. Ensin valoin nämä vahamallit hopeaan ja vertailin muotojen toimivuutta läpinäkymättömässä kappaleessa. Muodon toimivuuden kannalta on suuri ero, onko tuote läpinäkyvä vai läpinäkymätön. Esimerkiksi suosikini näistä muodoista ennen valamista oli (kuva 36 f), mutta metallissa muoto menetti kiinnostavuuden ja teki siitä jotenkin liian kömpelön. Lähdinkin tämän jälkeen viemään parhaita muotoja eteenpäin (kuva 36 c, 36 g) ja yhdistelin ominaisuuksia toisiinsa. Tämän vaiheen tein myös vahaan ja avuksi otin kolmiotaulut selkeyttämään tavoitteita ja vahvistamaan tälle arvotyypille ominaisimpia ominaisuuksia. Halusin korun olevan nuorekas ja lennokas, mutta samalla yksinkertaisen tyylikäs. En halunnut siihen minkäänlaista koristeellisuutta vaan selkeää tasaista pintaa, koska heidän korumieltymys menee hieman maskuliiniseen muotoon. Kooltaan koru saa olla suurehko. Korun materiaaliksi valitsin ehdottomasti hopean, koska individualistiset hedonistit ovat muoti-orientoituneita ja se on tällä hetkellä suuremmassa huudossa kuin kulta. Valkokulta menisi myös väri-äänä, mutta koon vuoksi hinnasta tulisi liian korkea, vaikka he muuten ovatkin valmiita panostamaan laatuun. Samaten myös paino nousi liian suureksi. Jatkoisin ideoiden kehittelyä ja avuksi otin vahan, jolla hain haluamaani tunnelmaa ja muotoa. Seuraavassa kuvasarjassa on selkeästi sitä parhaiten kuvastavat yksilöt.



Kuva 37. Jatkokehittelyn tuotosta individualistiselle hedonistille.

Nämä yllä olevat muodot (kuva 37) kiehtoivat minua eniten, joten valoin ne metalliin. Samalla pystyin katsomaan muodon ja koon toimimista hopeassa, läpinäkymättömässä materiaalissa. Valitsin näistä lopullisen muodon, josta lähdin kehittämään lopullisen korusarjan. Kokeilin mahamalleja muotoillessa vahan eri paksuuksia ja muodon kokoa. Kokeilin myös millä kaarilla saisin muotoon tarvittavaa jännitettä. Lopulta pääsin muutamissa vahamalleissa haluttuun lopputulokseen. Näistä malleista parhaimman valitsin vasta metalliin valamisen jälkeen.

Valitun muodon loppukehittely valmiiseen korusarjaan asti

Seuraavassa kuvassa (kuva 38) näkyy valitsemani lopullinen muoto. Muodon kaarissa on tietty jännitteinen lataus, jonka voimakkuutta halusin lähteä lisäämään lopullisessa korussa. Siihen vaikuttaa pintakäsittely ja reunojen paksuutta halusin korostaa voimakkaasti. Lisäksi ratkaistavaksi jäi korusarjan lopullinen ulkomuoto, toteutus ja sisältö.



Kuva 38. Valittu muoto individualistiselle universalistille.

Korun muotokieli kuvastaa lennokkuutta. Sen muoto korostaa luonnonmuotojen kauneutta. Muotojen jännitteisyys tuo koruun mielenkiintoa ja syvyyttä. Halusin pehmentää muotoa vieläkin lähemmäs luontoa, joten lähdin muotoilemaan korun reunarajoja uudelleen. Samalla loin illuusiota paksummasta materiaalista, jotta koru olisi selkeästi massiivinen. Muodossa olevien kaarien voiman lisääminen oli mahdollista mattaamalla koru, ja kiillottamalla reunat ja kaaret. Tämä helpottaa myös tulevaisuudessa korun valmistamista suuremmassa sarjassa, koska kiillottaminen noin ahtaissa laineen pohjissa on lähes mahdotonta, vähintään työlästä ja aikaa vievää. Muodosta tulee riipus, joka roikkuu pidemmässä 90cm ketjussa. Ketju olisi papuketjua, mutta lisäksi olisi mahdollisuus valita värikkäämpi versio. Olisi muutama erivärinen organzanauha, joista voisi valita mieluisen värin tai vaihtoehtoisesti useamman ja vaihdella mielen tai esimerkiksi vaatetuksen mukaan. Korvakoruiksi valitsin nappikorvakoru versiot, koska ne ovat huolettomammat vauhdikkaalle ja nuorekkaalle individualistiselle hedonistille. Individualistiset hedonistit ovat luonteeltaan nuorekkaita, joten valitsin hänelle tähän korusarjaan ainoastaan kaulakorun ja korvakorut. He ovat hieman vapaampia korukäyttämisenessään, joten he eivät yleensä osta kokonaista korusarjaa vaan mieluummin yhdistelevät niitä keskenään. Tämän korusarjan muoto on yhdisteltävissä muihinkin koruihin ja antaa käyttäjälle vapauden muuttella sitä sen hetkiseen tyyliin sopivaksi. Tärkein rooli käyttäjällä kotona onkin tässä asiassa muuttaa tyyliä ketjun vaihtelulla. Se on rohkeampi värikkään nauhan kanssa, ja rauhallisempi pelkällä hopeaketjulla.



4

Valmis mallisto

4.1 Virpin korusarjat

4.1.1 Kollektiivisen hedonistin korusarja

Muisto



Kuva 39. Muisto- korusarja

Kollektiivisen hedonistin korusarjan perustana on yksi osa, jota monistamalla korusarja muodostuu. Näin ollen korut ovat helposti valmistettavissa valamalla. Korun muoto on kukkamainen, mutta siinä on näkyvissä myös sydän. Sarjaan kuuluvat tappikorvakorut, riipus, käätty ja sormus (kuva 39). Materiaalina näissä käytetään hopeaa, joka on pintakäsittelyltään kiiltävää. Korut ovat kooltaan melko pieniä, jolloin niitä on helppo ja luonteva käyttää. Korut ovat lähinnä arkikoruja, mutta se sopivat myös kollektiivisen hedonistin rauhalliseen juhlatyyliin. Sarjassa on valittava esimerkiksi kaulakorusta myös käätty, joka on pelkkää riipusta näyttävämpi. Näin ollen koruista voi valita itselleen aina tilanteeseen sopivan version.

Sain idean korusarjan muotokieleen kollektiiviselle hedonistin korumaailmalle tekemästämme kolmiotaulusta, josta kerroinkin jo tuotesuunnittelu luvussa. Muodot ovat pehmeitä, herkkiä ja siroja. Muotokiehen aihe on arvotyypille hyvin tyyppinen ja samalla myös läheinen. Puohiniemen (2002, 55) analyysissä tästä arvotyypistä kiinnitin huomiota etenkin siihen, että kollektiivinen hedonisti arvostaa henkilökohtaisia nautintoja, mutta toisaalta hän asettaa myös toisten tarpeet omiensa edelle. Juuri tästä sain ajatuksen korusarjan tarinaan. Viereisellä sivulla korut on kuvattu käyttäjän päällä, josta näkyy myös hyvin korujen koot (kuva 40).



Kuva 40. Käyttjäkuva

Muisto

*Pidän sinut lähelläni,
muistona ihollani.
Vaikka olisitkin kaukana.
Muista, olen täällä sinua varten.*

4.1.2 Itsenäisen korusarja

Ruska

Itsenäisen korusarja muodostuu hopeisista riippuvista korvakoruista ja kaulakorusta (kuva 41). Molemmat korut ovat jo itsessään niin näyttäviä, etteivät ne välttämättä tarvitse rinnalleen muita koruja. Tämän vuoksi korusarja rajoittuu näihin kahteen osaan. Sarjassa on keskiössä lehtimuoto, jota on kahta kokoa. Pienempi lehti on korvakoruissa, joissa sitä käytetään molemmin päin, peilikuvina. Suurempaa lehteä käytetään puolestaan kaulakorussa. Lehtimuodot valmistetaan valamalla ja ne patinoidaan. Tällöin saadaan aikaan kontrastia tummien lehtien ja kiiltävien, hopeisten lankaosien kesken. Korusarja ei ole aivan perinteinen ja se on kooltaan näyttävä. Näin ollen se soveltuu hyvin itsenäisen tyyliin.

Idea koruuni ja sen muotokieleen tuli pitkälti muun muassa tekemämme kolmiotaulun ansiosta. Tosin kiinnitin huomiota Puohiniemen (2002, 53) analyysissä itsenäisestä etenkin siihen, että itsenäinen on nimensä mukaisesti erittäin itsenäinen sekä tekemisissään että mielipiteissään. Itsenäinen haluaa olla vastuussa päämäärästään ja kontrolloida omaa elämänsä, johon hän haluaa toisaalta myös jännitystä. Tästä löytyi aihe korusarjaani ja sen tarinaan. Viereisellä sivulla kuva koruista käyttäjän päällä (kuva 42).



Kuva 41. Ruska kaulakoru ja korvakorut



Kuva 42. Käyttäjäkuvaa

Ruska

*Jokainen on erilainen,
silti kaunis ja voimakas.
Syksyn tullen on aika muuttua,
katsoa tuttua maisemaa
vielä viimeisen kerran.
Kunnes alkaa matka,
uusi ja jännittävä.
On tullut aika päästää irti.*



4

Valmis mallisto

70

4.2 *Saanan korusarjat*



71

4.2.1 Itseohjautuvan universalistin korusarja

Erämaan lilja



Kuva 43. Erämaan lilja- korusarja

Itseohjautuvan universalistin korusarjaan kuuluu kolme osaa; nappikorvakorut, riipus ja sormus (kuva 43). Korujen osat ovat valettavissa, vaikkakin ne ovat erikokoisia ja näin ollen tarvitsevat omat muotit. Korun muotokieli on runsaan muhkea, kooltaan suurehko, mutta pidemmän ketjun ansiosta se roikkuu alempana ja näin ollen se ei tee dekoltee aluetta ahtaaksi. Ketju on 90cm pitkä papuketju. Materiaali koruissa on hopeaa, pintakäsittelyinä on sekä matta että kiiltäviä yksityiskohtia. Matkakohtat on jätetty happopinalle

ja näin ollen se hohtaa valkoisempana.

Tämän korusarjan muotokielen idean sain käyttämällä tuotesuunnittelussa apuna itseohjautuvan universalistin kolmiotaulua, ja lisäksi Puohiniemen (2002, 52, 152) analyysiä apuna käyttäen. Lisäksi kiinnitin huomion vahvasti meidän tekemään visuaaliseen hahmoon ja hänestä kirjoitettuun tekstiin. Tärkeimpiä huomioita oli itseohjautuvan universalistin taitteellinen ja luova ajattelu, nuorekas ja muodikas ilme. Lisäksi

korun näyttävyys tuli siitä lähtöajatukselta, että hänelle arkikorut ovat useimmille juhlikoruja.

Korun muotokieli korostaa sisäänpäin sulkeutuvaa itseohjautuvan universalistin omaa rauhaa ja tilaa, mutta kuinka se aukeaa ulospäin. Kuinka ulkokuori suoja sisäistä energiaa. Muoto kuvastaa samalla kukkaa, joka kasvaa luonnossa luonnon ehdoilla ja kuinka kaunis se voi olla, vaikka se olisi aivan yksin erämaassa. Vieressä kuva koruista käyttäjän päällä (kuva 44).

Erämaan lilja

*Kukka kuivien maiden,
pisarasta elämän saa.
Sateen säästää pahempaan,
uuteen ja tulevaan.
Pimeys kätkee kauneuden,
valo hehkun paljastaa.*



Kuva 44. Käyttjäkuva

4.2.2 Individualistisen hedonistin korusarja

Tuulen taide

Individualistisen hedonistin korusarjaan kuuluu kaksi osaa, korvakorut ja kaulakoru (kuva 45). Korusarjan osat on helposti valettavissa. Näidenkin muotojen muotit on tehtävä erikseen, koska ne ovat eri kokoisia. Riipus on massiivinen ja sitä ulkomuotoa on korostettu entisestään, reunoja viistosti viilaamalla ja kiillottamalla. Muuten koru on mattapintainen, ja valkaistu happopinnalla. Näin ollen matan ja kiiltävän ero näkyy selkeämmin. Kaulakoruun kuuluu mukaan papuketju 90cm ja lisäksi värillinen organzanauha, jonka värin saa itse valita. Organzanauhoja voi ostaa myös erikseen, jotta korusta saa monikäyttöisemmän ja asun mukaan muuntuvan. Korua

voi käyttää myös ilman nauhaa. Näin ollen se antaa vastapainoa massiivisuudelle. Korvakoruissa on pidetty sama aaltoilevapinta, mutta linjaa on selkeytetty lähes neliön muotoisella rajauksella. Koko on pienehkö, jotta ne ovat helposti käytettävissä myös arkena ja vapaa-aikana. Individualistinen hedonisti on urheilullinen ja vauhdikas persoona, joten korvakorut on hyvä olla menossa mukana pysyvät. Kaulakorulla saa suurempaa näyttävyyttä korvakorujen rinnalla.

Korusarjan muotokielen idea sai alkunsa individualistisen hedonistin vauhdikkaasta elämäntyylistä. Apuna tuotesuunnittelussa käy-



Kuva 45. Tuulen taide- korusarja

tin kolmiotaulua ja Puohiniemen (2002, 54, 153) analyysiä. Lisäksi apuna oli visuaalinen hahmo. Tärkeimpiä huomioita johon kiinnitin huomiota individualistisessa hedonistissa, olivat vauhdikkaat yksilölajit, trendikkyys ja sen näyttäminen muille, ja nuorekkuus. Muotokielessä lähdinkin hakemaan vauhdikkuutta ja luonnollisesti se veikin tunturien maailmaan. Se on kuin tuulen tuiver-tama lumi koskemattomalla tunturin rinteellä, juuri ennen kuin laskettelija tulee puuterilunta pitkin. Siitä syntyiikin ajatuksissa tarina korulle. Vieressä kuva korusta käyttäjän päällä (kuva 46).

Tuulen taide

*Hanget kuin tyhjä taulu,
viima pintaa tuivertaa.
Tunturin maisemaa maalaa,
teos hiljaisina öinä valmistuu.
Aamu kun sarastaa,
tuulen teos paljastuu.*



Kuva 46. Käyttjäkuva



5

Päätäntä

“Kehittyminen ja kasvamisen on mahdotonta

jos tekee kaiken samalla tavalla

kuin on tehnyt tähänkin asti.”

(Anonyymi)

Kun katsomme työn alussa asetamiamme tavoitteita, olemme mielestämme toteuttaneet niitä hyvin. Päätavoitteenamme oli hyödyntää käyttäjälähtöistä tuotesuunnittelua ja sen tuloksena saimme aikaan neljälle arvotyypille sopivat korusarjat. Näin ollen meillä on nyt olemassa valmis mallisto häämessuja varten. Telemämme messujako arvotyypeille (kuva 14) on myös valmiina jatkoa varten, jolloin voimme katsoa siitä seuraavat suunnittelumme kohteet. Häämessujen lisäksi listasta on nähtävissä muita meille sopivia messuja.

Opimme tämän opinnäytetyön aikana paljon messuista myyjän näkökulmasta, josta on paljon hyötyä omaa messumyyntiämme ajatellen. Tässä auttoivat etenkin messuvierailumme. Kehityimme myös paljon muotoilijoina, jolloin saimme vahvistettua varsinkin omaa suunnittelutyyliämme. Pystymme hyödyntämään tätä paljon myös tulevaisuudessa tuotesuunniteluissa.

Suunnittelemamme mallisto on toki vielä pieni ajatellen messumyyntiä. Jatkossa voimme laajentaa mallistoa suunnittelemalla lisää korusarjoja samoille arvotyypeille. Meidän kannattaa myös ottaa miehet mukaan suunnitteluun. Näin ollen pystymme vastaamaan useampien messukävijöiden tarpeisiin.

Virpin kehittämisideoita

Olen hyvin tyytyväinen kollektiivisen hedonistin Muisto- korusarjaan. Korut ovat mielestäni hyvin arvotyypille sopivia ja niissä näkyy myös oma tyylini. Korusarja sopii myös valmistettavuutensa puolesta hyvin messuille. Tähän vaikuttaa etenkin se, että korusarja koostuu vain yhdestä monistettavasta kappaleesta. Valmistamista nopeuttaa myös se asia, että voin käyttää koruissa tavallisia korvakorujen koukkuja ja kaulaketjua. Minun ei näin ollen tarvitse valmistaa niitä itse, kuten itsenäisen koruissa. Tosin korusarjan valmistamista tulee tietysti kokeilla vielä käytännössä, sillä en tämän opinnäytetyön ai-

kana vielä valmistanut sarjaa valmiiksi. Haluaisinkin nähdä sarjan valmiina koruina, jonka vuoksi palaan varmasti pian sen pariin.

Olen tyytyväinen myös itsenäisen Ruska- korusarjaan, sillä se sopii mielestäni hyvin arvotyypille. Pystyin saamaan korusarjaan näkyviin niitä asioita, kuin mitä suunnittelun alussa olin asettanut itselleni tavoitteeksi. Tosin itsenäisen korua valmistettaessa huomasin, ettei se olekaan niin helppoa, kuin mitä olin ajatellut. Kaareviin lankamateriaaleihin juottaminen oli haastavaa, varsinkin kun lehtimuodot täytyi kiinnittää niihin

Saanan kehittämisideoita

Suunnittelemani ja valmistamani korusarja Erämaan lilja- korusarja onnistui mielestäni hyvin. Ja se sopii mielestäni itseohjautuvalle universalistille. Hieman korusarjan piensarjavalmistukseen jäi vielä pureskeltavaa. Suurin ongelma tämän korusarjan valmistuksessa oli materiaalin poistaminen korun taikasasta, koska paikoin materiaali on niin ohutta, että se menee helposti puhki. Materiaalin vähentäminen keventäisi kuitenkin korun painoa ja taustan selkeyttäminen viimeisteli koko korun ilmeen. Pohdin myös taustalevyn juottamista, mutta se toisi taas lisää painoa riipukseen ja sormuksessa se

ei toimisi, koska silloin se ei lepäisi niin luontevasti sormien päällä. Yleisesti ottaen olen kuitenkin tyytyväinen lopputulokseen, ja kun nämä edellä mainitut tekniset ongelmat saa ratkaistua, on tuote valmis sarjavalmistukseen.

Toisena suunnittelun kohteenani oli Tuulen taide –korusarja, jonka suunnittelin individualistiselle hedonistille. Olen tyytyväinen siihen fiilikseen minkä koru saa itselleni aikaan, ja mielestäni se sopii kyseiselle arvotyypille. Tämän koru valmistui jotenkin kuin itsestään, enkä tarkoita että en olisi tehnyt töitä sen eteen. Vaan luulen sen

tunteen johtuvan nimenomaan tästä uudesta luonnosteluteknikasta, eli minun ei tarvinnut väkisin piirtää. Sain suoraan siirtyä vahaan ja muovilla muotoja käsin, lisäksi jatkoin tuotekehittelyä viimeistelyyn asti käsin. Ainoa kompastus kivi tämän korun teos- sa oli valun hienoinen epäonnistuminen, eli kappaleen pintaan jäi ilmakuplista johtuvia pieniä reikiä, niiden korjaaminen oli ongelmallista. Lopputulos on kuitenkin onnistunut ja täysin toteutettavissa piensarjavalmistuksesta.

Kuinka yhteistyö sujui?

Oli hyvin luonnollista, että työskentelimme opinnäytetyön alussa lähes koko ajan yhdessä, sillä sen perusrakenne ei ollut vielä selvillä. Tiivis yhdessä työskentely oli mielestämme hyvä ratkaisu, sillä tapamme työskennellä on hyvin samanlainen. Siksi pystyimme toimimaan tehokkaasti ja saimme paljon aikaan. Toisen mielipide ja kommentit olivat tärkeitä koko opinnäytetyön aikana. Pyysimme paljon apua toisiltamme niin tekstin kirjoittamisessa kuin esityskuvienkin tekemisessä. Työn edetessä huomasimme, että yhdessä työskennellessä asiat sujivat usein paljon nopeammin ja helpommin. Yhteistyömme näkyi vahvasti koko opinnäytetyön ajan, sillä vaikka olimme jakaneet teh-

täviä, näytimme aikaansaannoksimme toisillemme. Tällöin toinen kertoi aina mahdolliset muutos- ja parannusehdotuksensa.

Pystyimme tehokkaaseen työskentelyyn myös siksi, että jaoimme tehtäviä omien vahvuksiemme mukaan. Saana teki paljon töitä esimerkiksi tekemiemme taulujen parissa, sillä hänen vahvuutenaan oli muun muassa kuvanmuokkausohjelmien hallitseminen. Toki molemmat suunnittelimme kokonaisuuden, mutta itse toteutus kävi Saanalta paljon helpommin. Virpin vahvuutena oli puolestaan luonteva kirjoittaminen, jolloin tekstiä syntyi helposti. Näin ollen Virpi aloitti useiden tekstien kirjoittamisen, jolloin kir-

joittaminen lähti helposti käyntiin. Tämän jälkeen siitä oli helppo jatkaa.

Meille oli selvää, että yhteistyömme onnistuisi hyvin, mutta saimme hiottua sitä tämän opinnäytetyön aikana vielä paremmaksi. Opinnäytetyö oli kokonaisuudessaan hyvin työläs, mutta silti hyvin antoisa. Sen läpi puurtaminen yhdessä vahvisti käsitystämme siitä, että pystymme helposti tekemään projekteja yhdessä myös tulevaisuudessa. Tästä on helppo lähteä kohti uusia haasteita ja messumallistomme laajentamista.

”Kyllä siinä melua syntyy.

kun kaksi hullua yhteen tulee.”

(Anonyymi)

Kuvaluettelo

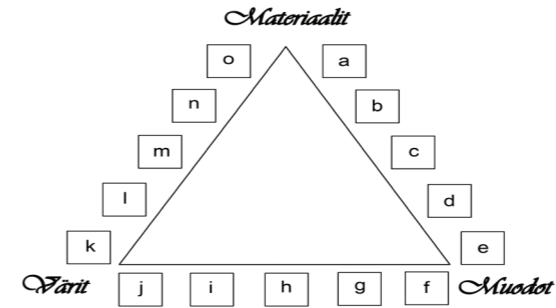
Kuva 1-2 Saana Ylinampa ja Virpi Muhonen

Kuva 3. Schwartzin arvokehä <http://www.arvofoorumi.fi/Arvokeha/>

Kuva 4. Arvot, asenteet ja ajankuva. Puohiniemi 2002, 44

Kuva 5. Luokitteleva ideataulu- uuden menetelmän luomat mahdollisuudet, Mäkelä 2006, 13

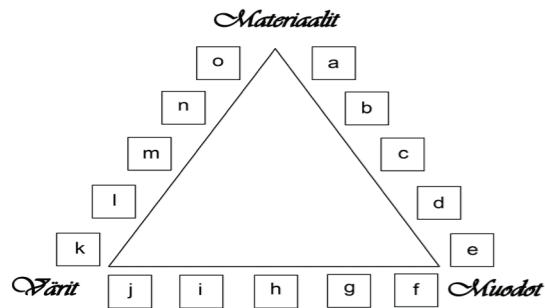
Kuva 6. Saana Ylinampa ja Virpi Muhonen



Kuva 7.

- 7 a. http://1.bp.blogspot.com/_Bc1g_xWllj8/SIXRKNmJTLI/AAAAAAAAAb4/BSmmuDYpDMw/s200/350.jpg (luettu 1.9.2010)
- 7 b. http://4.bp.blogspot.com/_iaz2ajDbBIE/Sdujxq809OI/AAAAAAAAABUY/sJSjpdGj5Go/s400/medaljonki_pieni2.JPG (luettu 1.9.2010)
- 7 c. <http://www.uurtedesign.com/img/products/riipukset/Risti.jpg> (luettu 1.9.20a10)
- 7d. http://www.muurladesign.com/images/Tommy_Tabermann_kuvat/Tabermann_iso/Tayttymys_maljakko_iso.jpg (luettu 5.9.2010)
- 7 e. https://www.finnairplussshop.com/product_thumb.php?img=images/lokki_pieni_iso.jpg&w=300&h=300 (luettu 5.9.2010)
- 7 f. http://www.vastavalo.fi/albums/userpics/11563/IMG_0599_tp.jpg (luettu 1.9.2010)
- 7 g. http://www.kasvimaa.fi/blogi/wp-content/uploads/2009/07/pioni_kukka_19cm.jpg 1.9.
- 7 h. <http://www.laatutavara.com/images/2931m.jpg> (luettu 1.9.2010)
- 7 i. <http://www.aarnivalkea.com/Kuvat/Lasitaide/maljakko1.jpg> (luettu 1.9.2010)
- 7 j. http://plaza.fi/s/f/editor/images/empatia_testi_211.jpg (luettu 1.9.2010)
- 7 k. <http://www.homeathome.fi/images/Kukkanaulakko%20ruskea.jpg> (luettu 1.9.2010)
- 7 l. http://www.victorystone.net/images/lauter_beige_1.jpg (luettu 5.9.2010)
- 7 m. http://members.rennlist.com/statmandesigns/CK01W_8-Bronze-Large.jpg (luettu 5.9.2010)
- 7 n. <http://galleriakoru.com/wp-content/uploads/2006/12/marikki-annan-kuva-netti.jpg> (luettu 5.9.2010)
- 7 o. <http://www.kalevalakoru.fi/instancedata/kalevalakoru/productimages/thumbnail/567.jpg> (luettu 1.9.2010)

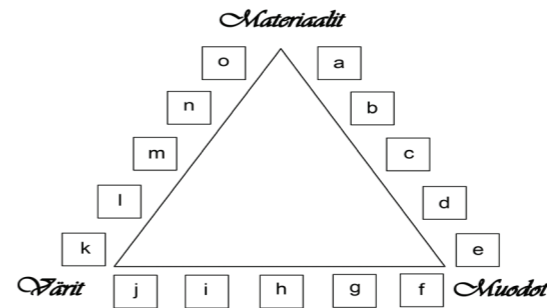
Kuva 8. Saana Ylinampa ja Virpi Muhonen



Kuva 9.

- 9 a. http://images.businessweek.com/ss/07/11/1126_luxury_watches/image/georg-jensen.jpg (luettu 1.9.2010)
 9 b. <http://umami.fi/wp-content/uploads/ittala1.jpg> (luettu 1.9.2010)
 9 c. http://www.finnishdesignshop.com/images/3GeorgJensen_iso.jpg (luettu 1.9.2010)
 9 d. <http://www.furniturestoreblog.com/image/2009/06/silver%20bowls%20and%20table%20ware%20georg%20jensen.jpg> (luettu 1.9.2010)
 9 e. <http://searchingforstyle.com/wp-content/uploads/2010/07/GeorgJensenKoppelpitcher.png> (luettu 5.9.2010)
 9 f. <http://wautsi.com/wp-content/uploads/2008/09/nulla-minimalistinen-pyorakonsepti-2.jpg> (luettu 1.9.2010)
 9 g. <http://cn1.kaboodle.com/hi/img/2/0/0/104/8/AAAAAjA72bAAAAAAQSFpQ.png?v=1211339699000> (luettu 1.9.2010)
 9 h. http://img.mtv3.fi/mn_kuvat/mtv3/koti/sisustus/2010/mediafocus/988270.jpg (luettu 5.9.2010)
 9 i. http://arthouse oulu.net/ots/lara/Images/s5_kaakkuri3_ikkunakuvio.JPG (luettu 1.9.2010)
 9 j. <http://www.sisustusblogi.fi/wp-content/uploads/2010/08/omashop-naulakot.jpg> (luettu 5.9.2010)
 9 k. http://www.nasa.gov/images/content/281602main_flyby2_20081007_5_HI.jpg (luettu 1.9.2010)
 9 l. <http://www.melhotornot.com/wp-content/uploads/P1020588-1024x682.jpg> (luettu 1.9.2010)
 9 m. http://www.woimakulta.fi/Sivusto/Woimakulta_files/IMG_4402.jpg (luettu 1.9.2010)
 9 n. http://www.manalanpaja.com/images/tuotteet/takotuotteet_rannekoru_taottu_teras.jpg (luettu 1.9.2010)
 9 o. http://www.sisinstyle.com/shop/images/small/3695_3696_3697.JPG (luettu 1.9.2010)

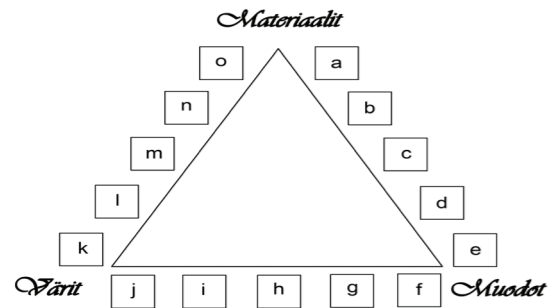
Kuva 10. Saana Ylinampa ja Virpi Muhonen



Kuva 11.

- 11 a. http://www.lahjaekstra.fi/wp-content/uploads/tuulen_tunne_sormus-362x362.png (luettu 1.9.2010)
 11 b. http://www.tokyotrek.com:81/files/kahden_sormen_sormus.jpg (luettu 1.9.2010)
 11 c. http://www.kodin1.com/products/large_173x244/2200905.jpg (luettu 1.9.2010)
 11 d. http://www.finnishdesignshop.com/product_thumb.php?img=images/3Wirkkala_iso.jpg&w=290&h=290 (luettu 5.9.2010)
 11 e. http://www.designforum.fi/files/dff/FIDEkuvia/Brummer_maljakko.jpg (luettu 5.9.2010)
 11 f. http://2.bp.blogspot.com/_D-FacDYtXb8/SRxxwYSmOAtI/AAAAAAAAAQI/rqezu5O24kY/s400/ave-valai-sin.jpg (luettu 1.9.2010)
 11 g. <http://www.luontokuva.org/media/kuvaajat/profiilit/3010/heijastus.JPG> (luettu 1.9.2010)
 11 h. http://3.bp.blogspot.com/_q_ZB3oBlpDo/TFcPqRqi2VI/AAAAAAAAB_4/camracMCoPU/s1600/vesi5.jpg (luettu 5.9.2010)
 11 i. Saana Ylinampa
 11 j. http://www.vastavalo.fi/albums/userpics/12110/normal_violettikivi_copy.jpg (luettu 1.9.2010)
 11 k. http://www.vastavalo.fi/albums/userpics/12110/normal_violettikivi_copy.jpg (luettu 1.9.2010)
 11 l. http://farm5.static.flickr.com/4147/4950434789_822d5d2e26.jpg (luettu 5.9.2010)
 11 m. http://www.muurladesign.com/images/Collection_kuvat/Collection_iso/Muumi_Heijastus_Muumi-peikko_iso.jpg (luettu 1.9.2010)
 11 n. <http://www.viaporin.fi/~potviaporin/johanna/sormukset2.jpg> (luettu 5.9.2010)
 11 o. <http://www.jennyl.com/hopeasavi/hopeasavikuvat/katrin-sormus.jpg> (luettu 1.9.2010)

Kuva 12. Saana Ylinampa ja Virpi Muhonen



Kuva 13.

- 13 a. http://www.finnishdesigners.fi/data/personal/kristiansaarikorpi/Puzzle_II.jpg (luettu 1.9.2010)
- 13 b. http://www.woimakulta.fi/tuotteet/tuotekuvat_full/sormus24.jpg (luettu 1.9.2010)
- 13 c. http://www.spiti.fi/userarticlepics/24/aarnio_keinu_iso.jpg (luettu 5.9.2010)
- 13 d. http://www.valoshop.fi/WebRoot/OK/Shops/01062009-144532/4B4D/D10D/3ABB/F624/352A/OA28/1028/B673/89062_01_2.jpg (luettu 5.9.2010)
- 13 e. http://www.spiti.fi/userarticlepics_thumbs/24/magissokakkulapio.jpg (luettu 24.6.2010)
- 13 f. <http://www.designkeeper.com/wp-content/uploads/2008/10/fruit-bowl-design.jpg> (luettu 24.6.2010)
- 13 g. http://www.designforum.fi/files/dff/Vuoden%20nuori%20muotoilija%202007/LOWRES_JL_Stratum.jpg (luettu 24.6.2010)
- 13 h. http://masterblog.front.lv/wp-content/uploads/2008/08/tortoise_and_hare_race_clock_fun_design.jpg (luettu 24.6.2010)
- 13 i. <http://www.cohda.com/inc/img.php/uploads/4a58cbd1.jpg/400/1/fill> (luettu 24.6.2010)
- 13 j. http://www.todayandtomorrow.net/wp-content/uploads/2009/04/vegetal_2.jpg (luettu 24.6.2010)
- 13k. <http://timebandits.files.wordpress.com/2007/08/nike-dunk-sb-that-we-like-1-web.jpg> (luettu 18.6.2010)
- 13 l. http://1.bp.blogspot.com/_OioYI8ns0xc/TIUt2NL1udI/AAAAAAAAABJA/okmbSPfx- (luettu 5.9.2010)
- 13 m. http://3.bp.blogspot.com/_EO4jCr5diM/Sy-bXEgPNdl/AAAAAAAAAFLI/O2fq15aPDcg/s400/k_hakaneu-laranneke.jpg (luettu 5.9.2010)
- 13 n. <http://plaza.fi/s/f/editor/images/haaeerohintunen.jpg> (luettu 5.9.2010)
- 13o. <http://www.piawesterberg.fi/images/tuotteet/valkokulta%20keltakultasormus%201.jpg> (luettu 1.9.2010)

Kuva 14. Saana Ylinampa ja Virpi Muhonen

Kuva 15. Virpi Muhonen

Kuva 16. <http://www.saurum.de/images/5760-00.jpg> (luettu 12.10.2010)

Kuva 17. <http://www.kalevalakoru.fi/instancedata/kalevalakoru/productimages/display/1250.jpg>

Kuva 18-20 Virpi Muhonen

Kuva 21. <http://www.kultakukko.fi/kauppa/images/Lumoava/560700.jpg> (12.10.2010)

Kuva 22. <http://www.kalevalakoru.fi/instancedata/kalevalakoru/productimages/display/2536.jpg> (luettu 12.10.2010)

Kuva 23-28 Virpi Muhonen

Kuva 29. http://www.inni.fi/images/jewellery/01/09_t.jpg (luettu 20.10.2010)

Kuva 30. http://www.inni.fi/images/jewellery/01/05_t.jpg (luettu 20.10.2010)

Kuva 31-33 Saana Ylinampa

Kuva 34. http://www.efvaattling.com/1/50.0.1.1/12791/1/image1_2b32e59cb09ce944289dc06e938510d3.jpg (luettu 20.10.2010)

Kuva 35. <http://hermes.gagar.fi/WebRoot/GPL/Shops/06042009-136529/Images/125034-L.jpg> (20.10.2010)

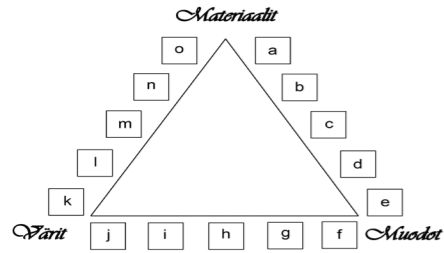
Kuva 36-38 Saana Ylinampa

Kuva 39-40 Virpi Muhonen

Kuva 41-42 Vesa Muhonen

Kuva 43-46 Saana Ylinampa

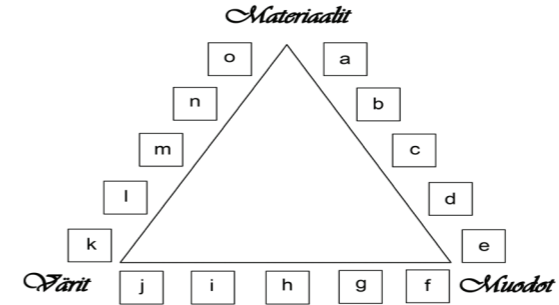
Kuva 47. Saana Ylinampa ja Virpi Muhonen



48.

- 48 a. http://3.bp.blogspot.com/_Xb0lhKjWjmc/Slnk5U1kLI/AAAAAAAAALgl/j8H7iH6I2AA/s400/sormus2.jpg (1.9.2010)
 48 b. http://www.sitruunapuu.net/blog/wp-content/uploads/2010/05/hackman_touch_pullo.jpg (luettu 24.8.2010)
 48 c. http://img.archiexpo.com/images_ae/photo-g/designer-armchair-40333.jpg (luettu 24.8.2010)
 48 d. [http://www.iittala.fi/web/littalaweb.nsf/file/tuotteet_sisustaminen_aalto_collection_metal_166x166/\\$file/Aalto_bowl_504mm.jpg](http://www.iittala.fi/web/littalaweb.nsf/file/tuotteet_sisustaminen_aalto_collection_metal_166x166/$file/Aalto_bowl_504mm.jpg) (luettu 24.8.2010)
 48 e. <http://www.spiti.fi/userarticlepinkies/24/flamingo.jpg> (luettu 24.8.2010)
 48 f. http://kaksihuonettajakeittio.files.wordpress.com/2009/08/85_lamps_02.jpg?w=500&h=374 (luettu 5.9.2010)
 48 g. <http://www.karihuhtamontaidesaatio.com/foundation/images/04.jpg> (luettu 24.8.2010)
 48 h. <http://besttopdesign.com/wp-content/uploads/2009/07/classic-and-luxury-bedroom-design-4.jpg> (luettu 24.8.2010)
 48 i. http://www.bieder.fi/WebRoot/kukkanet/Shops/kukkanet/45B4/FE14/90DB/8AF8/ACEC/COA8/071D/5B22/AUT_4601r.JPG (luettu 24.8.2010)
 48 j. http://img.mtv3.fi/mn_kuvat/mtv3/helmi/3keskiviikko/muoti/catwalk/christian_dior/626650.jpg (luettu 24.8.2010)
 48 k. <http://www.luksusblog.com/images/ibis.jpg> (luettu 24.8.2010)
 48 l. http://3.bp.blogspot.com/_RwT70YpFd5c/SxBQKAaoS5I/AAAAAAAAAB1A/GeKwcVI8Bzk/s1600/marjan+korut+punainen.jpg (luettu 1.9.2010)
 48 m. <http://www.argis950.com/images/Ring-Diamante-style.jpg> (luettu 5.9.2010)
 48 n. <http://www.tunteella.fi/t/big/342.jpg> (luettu 1.9.2010)
 48 o. <http://www.aarikka.fi/uploadkuvat/hopea/C1-tunturi-sormus500.jpg> (luettu 1.9.2010)

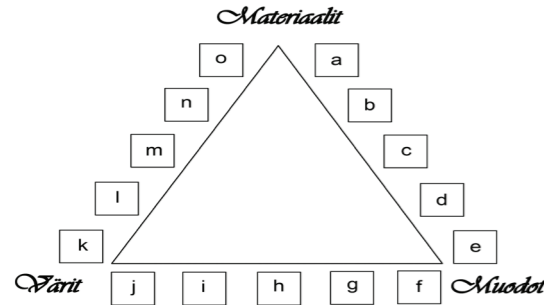
Kuva 49. Saana Ylinampa ja Virpi Muhonen



Kuva 50.

- 50a. http://www.ostosnet.fi/kuvat/kuva_75/PICT3860_600.jpg (luettu 1.9.2010)
 50b. <http://www.kaivertaja.fi/Hopea%20risti.jpg> (luettu 1.9.2010)
 50c. <http://www.hamewiki.fi/images/thumb/6/6a/Kivi-tuikku.jpg/180px-Kivi-tuikku.jpg> (luettu 1.9.2010)
 50d. <http://www.prisma.fi/tuotekuvat//large/60/5h42e0o4g43hix1h.jpg> (luettu 1.9.2010)
 50e. http://4.bp.blogspot.com/_ZapqxZ3yWz4/SbVKfMhg_SI/AAAAAAAAAMM/-zRNTFFQOmc/s400/3643.jpg (luettu 1.9.2010)
 50f. <http://www.prisma.fi/tuotekuvat//large/92/maq4y8bfsyf9gqsc.jpg> (luettu 5.9.2010)
 50g. http://www.scandinaviandesigncenter.com/ProdImg/CarpetFabrics/BOTTNA_marimekko_x800.jpg (luettu 1.9.2010)
 50h. <http://www.hl-heat.fi/UserFiles/Image/turvallisuus3.jpg> (luettu 1.9.2010)
 50i. http://3.bp.blogspot.com/_fEDcKbthFx4/SODtHOT0Xgl/AAAAAAAAAnE/ZFKHA8ouD_k/s400/IMG_2398.JPG (luettu 1.9.2010)
 50j. http://img.mtv3.fi/mn_kuvat/mtv3/koti/puutarha/puutarhassa_nyt/2010/06/957632.jpg (luettu 1.9.2010)
 50k. [http://www.iittala.fi/web/littalaweb.nsf/file/tuotteet_sisustaminen_aalto_collection_wood_166x166/\\$file/Aalto_woodenplatter_210x257.jpg](http://www.iittala.fi/web/littalaweb.nsf/file/tuotteet_sisustaminen_aalto_collection_wood_166x166/$file/Aalto_woodenplatter_210x257.jpg) (luettu 1.9.2010)
 50 l. http://kauppa.oprakka.fi/images/langat/vihreat_pk.jpg (luettu 5.9.2010)
 50m. <http://www.kalevalakoru.fi/instancedata/kalevalakoru/productimages/original/2272.jpg> (luettu 5.9.2010)
 50n. <http://wautsi.com/wp-content/uploads/2009/02/sormus-3.jpg> (luettu 5.9.2010)
 50 o. <http://www.kalevalakoru.fi/instancedata/kalevalakoru/productimages/original/2292.jpg> (luettu 5.9.2010)

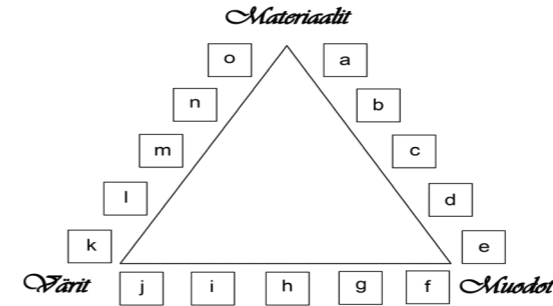
Kuva 51. Saana Ylinampa ja Virpi Muhonen



Kuva 52.

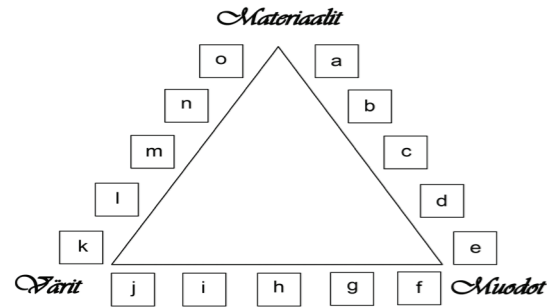
- 52 a. <http://www.rlp.fi/items/575300.jpg> (luettu 5.9.2010)
- 52 b. <http://www.kultakauppa.com/kuvatpro1/6540sormus.jpg> (luettu 5.9.2010)
- 52 c. <http://www.laatutavara.com/images/593m.jpg> (luettu 5.9.2010)
- 52 d. http://www.finnishdesignshop.com/images/savonia_th.jpg (luettu 1.9.2010)
- 52 e. http://www.paloranta.org/tuotekuvat/450x450/leonardo_copy4.jpg (luettu 1.9.2010)
- 52 f. http://www.lumiliving.com/image.php?object_type=product&image_id=1586 (luettu 1.9.2010)
- 52 g. <http://www.nettisanomat.com/ilmoita/kuvat/2009/20090123aaltotuoli611-1.jpg> (luettu 5.9.2010)
- 52 h. http://kingdomofstyle.typepad.co.uk/my_weblog/images/2007/12/31/marimekko9.jpg (luettu 5.9.2010)
- 52 i. http://1.bp.blogspot.com/_LxT-Bcjnycc/R94ybNsQhkl/AAAAAAAAABsw/0vTVmqViG7o/s400/ruskeat.jpg (luettu 5.9.2010)
- 52 j. <http://koulut.etela-karjala.fi/kuukanniemi/aamukaste.jpg> (luettu 1.9.2010)
- 52 k. http://1.bp.blogspot.com/_qGDJHJ0JeGM/SquMtrlxTQI/AAAAAAAAACI/R-aRr-biC34/s320/VIHRE%C3%84-SININEN.jpg (luettu 5.9.2010)
- 52 l. http://hannas-shop.netfinn3.info/store/components/com_virtuemart/shop_image/product/Eira-Valkoinen_1_4ad49a48c43cc.jpg (luettu 1.9.2010)
- 52 m. http://www.kaisankello.fi/image_view.php?name=0/tuotesivu_2047.jpg (luettu 5.9.2010)
- 52 n. http://s7v1.scene7.com/is/image/Stockmann/302_ (luettu 5.9.2010)
- 52 o. http://www.naimisiin.info/yhteiso/uploads/monthly_11_2009/post-26671-1257438840_thumb.jpg (luettu 5.9.2010)

Kuva 53. Saana Ylinampa ja Virpi Muhonen



Kuva 54.

- 54 a. <http://www.kultajousi.info/images/D16002.jpg> (luettu 1.9.2010)
- 54 b. <http://keijukorento.net/wp-content/uploads/2009/07/2533.jpg> (luettu 1.9.2010)
- 54 c. http://www.kelloseppavaarala.fi/catalog/images/web_3265000.jpg (luettu 1.9.2010)
- 54 d. <http://i30.tinypic.com/e05o3a.jpg> (luettu 24.8.2010)
- 54 e. <http://www.trendir.com/archives/granitifiandre-tiles-light-shape-4.jpg> (24.8.2010)
- 54 f. [http://www.arabia.fi/web/Arabiawww.nsf/file/sisustus-ja_lahjaesineet_tosca_more_tosca-1/\\$file/Tosca-1.jpg](http://www.arabia.fi/web/Arabiawww.nsf/file/sisustus-ja_lahjaesineet_tosca_more_tosca-1/$file/Tosca-1.jpg) (luettu 24.8.2010)
- 54 g. http://umami.fi/wp-content/uploads/essence_cocktail_bowl-a.jpg (luettu 24.8.2010)
- 54 h. http://www.hienosenlomamokit.fi/kuvat/Luonto/Luonto_kivet.jpg (luettu 1.9.2010)
- 54 i. http://1.bp.blogspot.com/_L9En8XjbmoM/S-kwTKt1hwl/AAAAAAAAADjg/CnIJ2aW8lu8/s1600/astiat+026.JPG (luettu 24.8.2010)
- 54 j. http://4.bp.blogspot.com/_9qNi0HRUGC0/S7nb8HYw5II/AAAAAAAAAEI/iOH40KZVXh0/s1600/vitriini+sini.jpg (luettu 24.8.2010)
- 54 k. <http://cartinafinland.fi/kuvapankki/imagebank/image/41/41897/Perinteinen+kulmakaappi.jpg> (luettu 18.6.2010)
- 54 l. http://1.bp.blogspot.com/_41aH9atL6iA/SfWfq-QaQ5I/AAAAAAAAAOc/IWp8-aet7pU/S1600-R/Purnukka.jpg (luettu 1.9.2010)
- 54 m. [http://www.ido.fi/www/fin/idowww.nsf/images/colors_brown.jpg/\\$FILE/colors_brown.jpg](http://www.ido.fi/www/fin/idowww.nsf/images/colors_brown.jpg/$FILE/colors_brown.jpg) (luettu 5.9.2010)
- 54 n. <http://www.kultamerja.fi/liitetiedostot/verkkokauppa/261.jpg> (luettu 1.9.2010)
- 54 o. http://www.hakaniemenpantti.fi/images/varubilder/auktionsvara_1550_stor.jpg (luettu 1.9.2010)



Kuva 56.

- 56 a. http://www.platasco.net/shop/files/products/IMG_3287_m.jpg (luettu 1.9.2010)
- 56 b. <http://www.platasco.net/shop/index.php?p=watermark67b65p> (luettu 1.9.2010)
- 56 c. http://www.finnishdesignshop.com/product_thumb.php?img=images/norm03_tk.jpg&w=254&h=290 (luettu 1.9.2010)
- 56 d. <http://umami.fi/wp-content/uploads/ralph-lauren-silm%C3%A4lasit.jpg> (luettu 1.9.2010)
- 56 e. https://www.finnairplusshop.com/product_thumb.php?img=images/carelia_tk.jpg&w=300&h=341 (luettu 1.9.2010)
- 56 f. https://www.finnairplusshop.com/product_thumb.php?img=images/norm06_iso.jpg&w=300&h=300 (luettu 1.9.2010)
- 56 g. http://www.iittalahomeshopping.com/WebRoot/iittala/Shops/iittala/MediaGallery/senta_720x247.jpg (luettu 1.9.2010)
- 56 h. <http://kuvat.huuto.net/2/b1/8102e85bc0bb0ee7b726073cd77e7-orig.jpg> (luettu 5.9.2010)
- 56 i. http://www.worldwidephotos.org/pics/1241_b.jpg (luettu 5.9.2010)
- 56 j. http://charandthecity.indiedays.com/files/2010/05/MG_8221a.jpg (luettu 1.9.2010)
- 56 k. http://www.kouvolansanomat.fi/files/panorama_Kosa_9152479.jpg (luettu 1.9.2010)
- 56 l. <http://mediaserver-2.vuodatus.net/g/49694/1800935.jpg> (luettu 5.9.2010)
- 56 m. <http://koulu.sakyla.fi/yhteiskoulu/Kasityotnts/Uudetsivut/muutkuvatn/pronssikoru.jpg> (luettu 5.9.2010)
- 56 n. <http://www.lovedweddingbands.com/ProductImages/hs2144.jpg> (luettu 5.9.2010)
- 56 o. http://1.bp.blogspot.com/_zg9p_u5xThM/RkHzeE636NZI/AAAAAAAAAXc/VDQHMR9KrRw/s400/pati-noitu.jpg (luettu 1.9.2010)

Lähteet

Kirjalliset lähteet:

Airaksinen, T. 2009. Parasta kaikille! Onnen ja hyvinvoinnin ehdot. Helsinki:Johnny Kniga Kustannus.

Harmainen, T. 2007. Messuilla halutaan nähdä ja näkyä. Kello ja kultta. 2007 nro 3, 5.

Hyysalo, S. 2006. Käyttäjätieto ja käyttäjätutkimuksen menetelmät. Helsinki:Edita Publishing Oy.

Kortesmäki, T. 2005. Käyttäjälähtöisyys tuotekehityksen kulmakivenä. Teoksessa de Mooij, M., Kortesmäki, T., Lammi, M., Lautamäki, S., Pekkala, J. & Sinkkonen, I. Kompassina asiakas. Helsinki:Teknologiainfo Teknova Oy, 106-123

Lammi, M. 2005. Toimintatapoja markkina-, asiakas- ja käyttäjälähtöisyyteen. Teoksessa de Mooij, M., Kortesmäki, T., Lammi, M., Lautamäki, S., Pekkala, J. & Sinkkonen, I. Kompassina asiakas. Helsinki:Teknologiainfo Teknova Oy, 12-39

Pekkala, J. 2005. Käyttäjätutkimus käytännössä. Teoksessa de Mooij, M., Kortesmäki, T., Lammi, M., Lautamäki, S., Pekkala, J. & Sinkkonen, I. Kompassina asiakas. Helsinki:Teknologiainfo Teknova Oy, 144-163

Lahtinen, J. & Isoviita, A. 1998. Asiakaspalvelu ja markkinointi. 1.painos. Tampere:Avaintulos Oy.

Lahtinen, J., Isoviita, A. & Hytönen, K. 1995. Markkinoinnin kilpailukeinot. 1.painos. Tampere:Avaintulos Oy.

Mäkelä, M. 2008. Luokitteleva ideataulu- uuden menetelmän luomat mahdollisuudet. Savonia ammattikorkeakoulu. Kuopion Muotoiluakatemia. Tuotemuotoilun laitos. Opinnäytetyö 2738.

Puohiniemi, M. 2002. Arvot, asenteet ja ajankuva. 1.painos. Espoo:Limor kustannus.

Turunen, K.E.1993. Arvojen todellisuus. 2.painos. Jyväskylä:Atena kustannus

Sähköiset lähteet:

Messut on merkittävä media http://www.fairsunion.fi/mediana_frame.htm (luettu 2.9.2010)

Tutkittua tietoa messujen painoarvosta http://www.fairsunion.fi/tutkimukset/tutkimukset_frame.htm (luettu 2.9.2010)

Kivi ja koru 2010- messut <http://www.kivimessut.fi> (luettu 20.3.2010)

Mediapromessut <http://www.mediapromessut.fi/> (luettu 2.4.2010)

Messut ja näyttelyt 2010, pdf- tiedosto http://www.messuliitto.fi/lehdet/ms_2_2009/Messut_ja_nayttelyt2010.pdf (luettu 28.8.2010)

Liitteet

Liite 1 Loput Puohiniemen arvotyyppit, visuaaliset hahmot ja heidän korumaailmansa

Egoisti

Tälle ryhmälle oma sosiaalinen status sekä valta-asema ovat erittäin tärkeitä. Egoistit ovat myös tehokkaita ja taloudellisesti orientoituneita. Miehiensä määrää korostuu ryhmässä erityisesti, sillä heitä on 69 prosenttia. Egoistit ovat melko nuoria, sillä keski-ikä ryhmässä on 34,4 vuotta. Koulutustaso ryhmän jäsenillä on korkeampi kuin muilla. He ovat konservatiivisia ja kannattavat yhteiskunnallista järjestystä. He myös arvostavat taloudellista sallivuutta sekä uusinta tekniikkaa. Myös yksilön valinnanvapaus on arvostettua, kunhan se ei riko yhteiskunnallista järjestystä. Ryhmää kiinnostavat Hex, Nasdaq, talousuutiset ja tie-de. Heidän harrastuksiinsa kuuluu liikunta, matkailu, tietokoneiden ja internetin käyttö. Egoisteja kiinnostaa myös Formula 1- ajot sekä muu moottoriurheilu. Vähemmän heitä kiinnostavat ympäristöasiat, lastenhoito ja -kasvatus sekä ihmissuhteet. Egoistit suhtautuvat kielteisesti myös vieraiden kulttuurien edustajiin ja erilaisuuteen. (Puohiniemi 2002, 56, 154)



Kuva 47. Egoistin visuaalinen hahmo

Egoisti (kuva 47) on nuorekas ihminen, joka on persoonaltaan hyvin vahva. Hän tuo vahvuuttaan esille mielellään myös ulkonäkönsä, sillä hän ei halua jäädä mihään nimessä taka-alalle. Hänen pukeutumistyyliinsä asujen leikkaukset ovat usein melko konservatiivisia, mutta se ei tee hänen tyylistään kuitenkaan tavallista eikä tylsää. Egoisti käyttää nimitäin usein perusvaatetuksensa

lisänä erilaisia tehosteita, jotka tuovat asuun lisää kiinnostavuutta. Värityksen on hänen vaatteissaan usein vahvassa osassa, jolloin se kiinnittää huomion ensimmäisenä. Etenkin punainen ja muut voimakkaat värit ovat egoistin suosiossa. Hänen vaatetuksessaan huomion keskipisteenä ovat usein myös näyttävät pukukorut ja muut asusteet.



Kuva 48. Egoistin korumaailman kolmiotaulu

Egoistille tyyppillinen ominaisuus korussa (kuva 48) on muun muassa mahtipontisen maskuliininen, sillä se antaa ulospäin käsityksen arvokkaasta ja laadukkaasta korusta. Egoistin koru on viimeiseen asti viimeistely. Lisäksi siinä on jännitteinen tunnelma ja se on hyvin voimakkaan oloinen. Muodot ovat kuitenkin simppelein yksinkertaistettuja. Ne voivat olla esimerkiksi orgaanisia, mutta kuitenkin

vahvoja. Koru on ensisilmäyksellä suuri ja vaikuttaa massiiviselta. Korun massiivisuutta voidaan korostaa ontoilla rakenteilla, reunojen paksuudella ja suurella koolla. Siinä voi olla jotain kotimaisuuteen viittaavaa tai aihepiirit voivat tulla suomalaisuudesta. Korussa on mahdollista olla värejä, mutta silloin niiden on oltava voimakkaita. Esimerkiksi vahva punainen on oiva valinta egoistille. Päämateri-

aali on kuitenkin hopean väristä. Tämän lisäksi egoistin koruissa voi olla myös valkokultaa tai hopeaa rodinoituna, jolloin se huokuu arvokkuutta. Egoistille suunnatussa korussa on monia pintakäsittelyitä, joilla on mahdollista luoda moniulotteinen vaikutelma, vaikka muoto olisikin yksinkertaistettu. Kiiltävät pinnat tuovat koruun voimaa mattapinnan rinnalla.

Turvallisuusmielinen

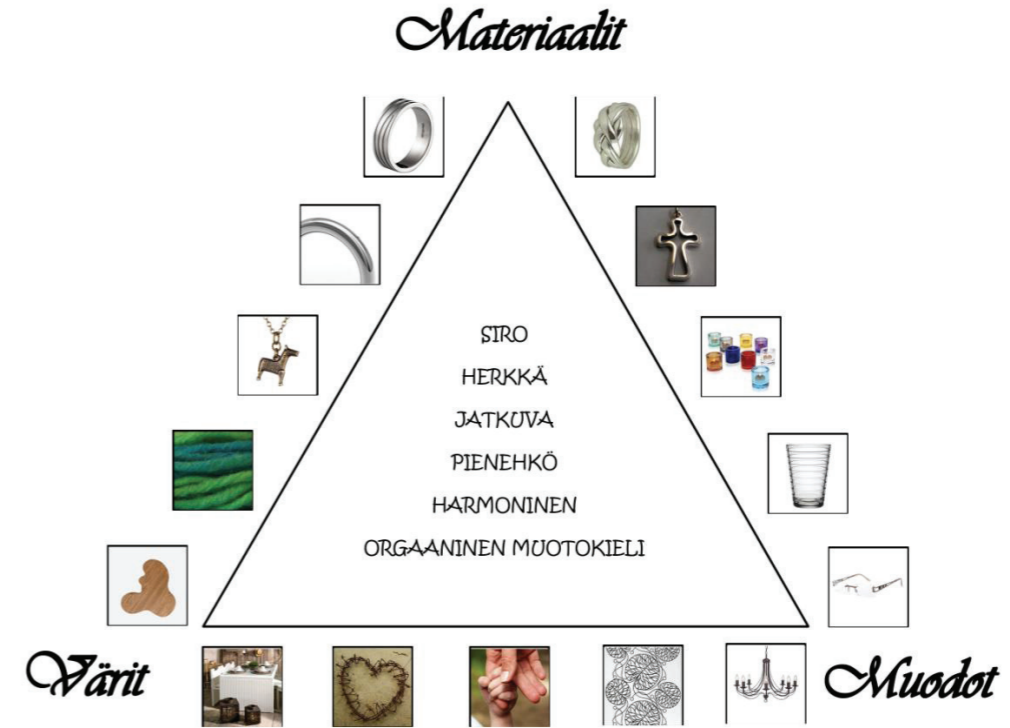
Tämän ryhmän jäsenille on tärkeää elämän yllätyksettömyys ja harmoninen jatkuvuus. Ryhmä on keski-ikästään hieman keskimääräistä vanhempi, 45,6 vuotta. Myös koulutustaso on keskimääräistä matalampi, sillä vain 9 prosentilla ryhmästä on korkeakoulututkinto. Turvallisuusmieliset arvostavat auktoriteetteja, jotka ylläpitävät yhteiskunnallista turvallisuutta. He suhtautuvat myönteisesti myös luonnonvarojen hyödyntämiseen. Muuten he eivät ole erityisen kiinnostuneita mistään erityisestä aihepiiristä. Heidän harrastuksiinsa kuuluu muun muassa ruuanlaitto sekä sukulaisten tapaaminen. Liikuntalajeista heitä kiinnostavat erilaiset ulkoiluun liittyvät lajit, kuten kalastus, metsästys ja hiihto. Ryhmän jäsenet suhtautuvat varautuneesti yksilönvapauksien vaalimiseen, seksuaaliseen ja yhteiskunnalliseen suvaitsevaisuuteen sekä kulttuuriin avoimuuteen. Kuvataiteet ja taide kiinnostavat heitä keskimääräistä vähemmän. (Puohiniemi 2002, 57,154)



Kuva 49. Turvallisuusmielisen visuaalinen hahmo

Turvallisuusmielinen (kuva 49) on keski-ikäinen ihminen, joka on melko arkinen. Hän ei ole erityisen kiinnostunut vaatteista eikä uusimmista trendeistä. Hän haluaa pitää ulkonäkönsä siistinä ja tavallisena. Hän käyttää mielellään samoja vaatteita pidemmän aikaa, kunhan ne ovat pysyneet hyväkuntoisina ja siisteinä. Hänen tyyliinsä on hyvin perinteinen eikä hän erotu joukosta millään tavalla. Hänen vaatteissaan on selkeät ja

yksinkertaiset leikkaukset, jolloin myös käyttömukavuus on taattu. Myös hänen suosimansa värimaailma on rauhallinen ja perinteinen, joka korostaa hänen tyyliään entisestään. Turvallisuusmielinen suosii etenkin vaaleita värejä, kuten beigeä ja vaaleansinistä. Värit sulautuvat yleensä hyvin toisiinsa, jolloin vaikutelma on rauhallinen.



Kuva 50. Turvallisuusmielisen korumaailman kolmiotaulu

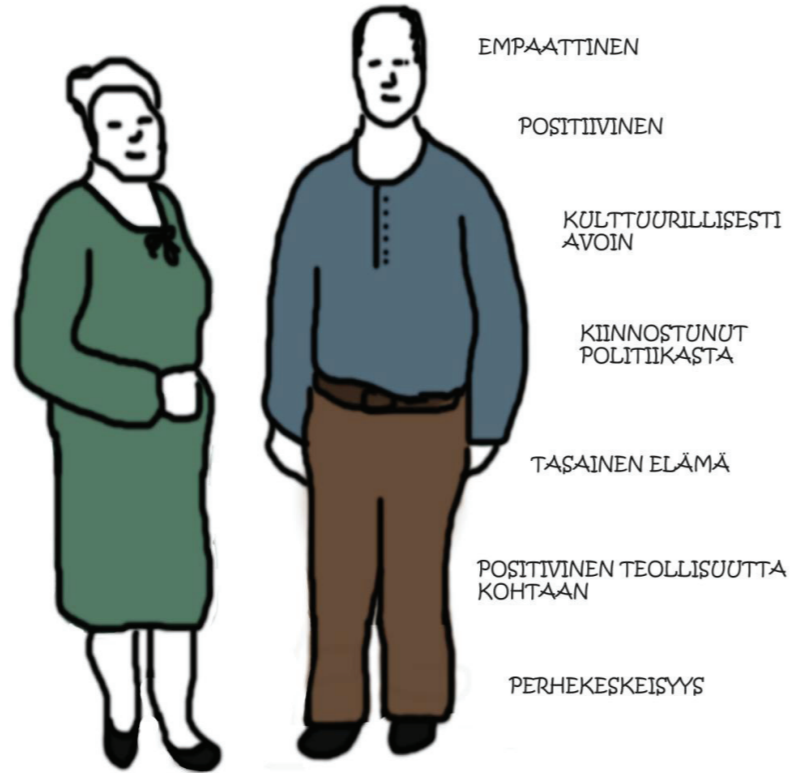
Turvallisuusmielisen korumaailma (kuva 50) on hyvin rauhallinen. Muotokieli on rauhallista, herkkää ja siroa. Turvallisuusmielisen korua voi kuvata hyvin sanoilla klassisen kaunis. Korun kokonaisuudessa on hyvin tärkeää harmonisuus, jolloin sen eri osien on oltava tasapainossa keskenään. Näin ollen korussa ei saa tapahtua liian paljon, ettei se anna liian rauhantonta vaikutelmaa. Koru ei myös saa olla liian silmiinpistävä, vaan

se on osana turvallisuusmielisen olemusta. Korut ovat kooltaan melko pieniä. Niiden pinnat ovat tasaisia, eikä koruissa ole suuria koristeluja ja kuvioita. Pintakäsittelyinä voidaan käyttää kevyesti mattaa, satiinipintaa tai kiiltävää. Korun rakenne voi olla myös lankamainen, jolloin sen sirous korostuu ja antaa hengittävän vaikutelman. Tällöin muotokielen on pysyttävä kuitenkin selkeänä, jolloin harmonia korussa pysyy.

Muotokielessä harmoniaa korostaa usein symmetrisyys, jolloin se ei ole liian yllättävä. Muodot ovat pehmeän orgaanisia, ja niiden aiheet ovat hyvin perinteisiä. Myös symbolit näkyvät usein turvallisuusmielisen koruissa. Hänen korunsa ei poikkea liikaa tutusta ja turvallisesta. Hänelle läheisiä värejä ovat vihreän- ja ruskeansävyt, mutta korussa ne eivät kuitenkaan tule liikaa esiin.

Turvallisuutta arvostava universalisti

Tämän ryhmän jäsenet elävät arvostavasti, sillä he arvostavat yllätyksetöntä elämää, mutta ovat silti valmiita laittamaan muiden ihmisten ja luonnon tarpeet omiensa edelle. Ryhmän keski-ikä on hyvin korkea, 51,0 vuotta ja yli 45-vuotiaiden osuus on 73 prosenttia. Koulutustaso on keskimäärin sama kuin väestöllä keskimäärin. Turvallisuutta arvostavat universalistit ovat suvaitsevaisia ja kulttuurisesti avoimia. He myös arvostavat yhteisten sääntöjen noudattamista ja suhtautuvat positiivisesti teollisuuteen. Ryhmän jäseniä kiinnostaa politiikka, puutarhanhoito ja matkailu. Heidän harrastuksiinsa kuuluu kirjallisuus, sauvakävely ja muu ulkoilu, sekä kirkossa käynti. Ryhmän jäsenet harrastavat usein yhdessä perheensä kanssa. Vähemmän heitä kiinnostavat internet, elokuvien ensi-illat ja julkisten asiat. (Puuhiniemi 2002, 58, 154)



Kuva 51. Turvallisuutta arvostavan universalistin visuaalinen hahmo

Turvallisuutta arvostava universalisti (kuva 51) on hieman vanhempi ihminen, joka haluaa elää tasaista ja rauhallista elämää perheensä kanssa. Hän pitää hyvin perinteisistä teemoista ulkonäkönsä liittyvissä asioissa. Hän ei ole perehtynyt uusimpiin trendeihin, sillä hän pitää vanhoista asioista, joilla on usein tarina takanaan. Turvallisuutta arvostava universalisti pitäytyy mielellään

itselleen tutuissa vaatteissa, jotka hän on todennut itselleen sopiviksi. Hänen tyyliinsä kuuluvat yksiväriset ja hillityt vaatteet, joissa ei ole paljon kuviointia. Vaatteet ovat pelkistettyjä ja sopivat yksinkertaisuudessaan moneen tilanteeseen. Vaatteiden värimaailma on myös pelkistetty ja hän suosii mielellään lämpimiä sävyjä, jotka ovat suoraan luonnosta.



Kuva 52. Turvallisuutta arvostavan universalistin korumaailman kolmiotaulu

Turvallisuutta arvostavan universalistin korumaailma (kuva 52) on yleisilmeeltään melko pelkistetty. Korussa etenkin omat muistot ovat hyvin vahvassa roolissa. Myös korun tarina on hyvin tärkeä, jonka vuoksi turvallisuutta arvostavan universalistin koru ei saa jäädä liian pintapuoliseksi. Aihepiireistä hänelle turvallisia ovat muun muassa perinteiset luontoaiheet. Muotokieli on usein melko

seisahtunut, jolloin siitä saa hyvin rauhallisen mielikuvan. Rauhallisuus näkyy myös korun jatkuvuudessa, jolloin se on muodoltaan luonnollinen kokonaisuus. Korussa ei ole liian paljon eri osia ja muotoja, jonka vuoksi ne ovat usein yksiosaisia. Hänen korunsa on tyyliältään hillitty ja huomaamaton, se ei saa olla liian erottuva. Turvallisuutta arvostavalle universalistille perhe on erittäin tärkeä,

minkä vuoksi se voi olla osana korua. Korun koko on pienehkö ja kevyt. Muotokieli on yksinkertaisen klassista ja korussa on suoria sekä selkeitä muotoja ja pintoja. Pintakäsittelyitä ei ole useita, eikä myös kuviointia tai muutakaan koristeellisuutta. Hyvin rauhallinen lopputulos on turvallisuutta arvostavan universalistin mieleen.

Hyväntahtoinen kollektiivinen

Tämän ryhmän jäsenet kunnioittavat vahvasti perinteitä. He elävät normien mukaan ja ovat lähipiirilleen hyväntahtoisia. Hyväntahtoiset kollektiiviset asettavat usein muut itsensä edelle. Ryhmä on selkeästi naisvaltainen, sillä 62 prosenttia ryhmään kuuluvista on naisia. Keski-ikä on ryhmässä kaikkein korkein, 51,6 vuotta. Ryhmä on muihin verrattuna vähiten koulutautunut. Uskonto on ryhmän jäsenille erittäin myönteinen asia ja he käyvätkin paljon kirkossa. Muuten he suhtautuvat aikaamme melko kielteisesti, kuten esimerkiksi yhteiskunnallisen kontrollin vähentymiseen, uuteen tekniikkaan, kaupallisuuteen sekä seksuaaliseen sallivuuteen. Neutraalisti he suhtautuvat kulttuuriseen avoimuuteen. Ryhmän jäsenet ovat kiinnostuneita puutarhanhoidosta, maataloudesta ja terveysalan uutisista. He eivät ole kovin liikunnallisia, mutta harrastavat esimerkiksi sauvakävelyä. Muita harrastuksia on ruuanlaitto, vapaaehtoistoiminta ja sukulaisten tapaaminen. Vähemmän heitä kiinnostavat muun muassa internet, elokuvien ensi-illat ja matkailu. (Puohiniemi 2002, 59, 155)



Kuva 53. Hyväntahtoisesta kollektiivisestä visuaalinen hahmo

Hyväntahtoinen kollektiivinen (kuva 53) on vanhempi ihminen, joka ryhmänsä nimen mukaisesti hyvin hyväntahtoinen. Hän myös pitää mielellään taka-alalla. Hän pitää käytännöllisistä vaatteista, jotka sopeutuvat hyvin kotona touhuamiseen ja erilaisten askareiden tekoon. Vaatteet ovat materiaaleiltaan mukavia ja kevyitä. Vaatteiden tyyli ei ole erikoinen eikä moderni, eivätkä ne kiinnitä erityisemmin huomiota. Hän

pitääkin melko perinteisestä ja yksinkertaisesta tyylistä, joka sopii moneen tilanteeseen. Hyväntahtoisesta kollektiivisen vaatteissa värimaailma on erittäin pelkistetty ja hän pitää mielellään samansävyisiä vaatteita. Ominaisia värejä ovat hyvin vaaleat sävyt, kuten beige ja luonnonvalkoinen.



Kuva 54. Hyväntahtoisesta kollektiivisestä korumaailman kolmiotaulu

Hyväntahtoisesta kollektiivisen korumaailman (kuva 54) vahvimpiä ominaisuuksia ovat herkkä ja klassinen muotokieli. Korun aiheet tulevat luonnosta tai perinteisten symbolien maailmasta. Tämän arvotyypin perinteinen korumieltymys suuntaa vahvasti sydämien ja ristien maailmaan. Koru ei saa olla liian poikkeava hänen perustyylistään, joten liian uutta ja modernia ei voi hänelle tarjota. Hyväntahtoisesta kollektiivisen koru on yleensä

pienikokoinen ja huomaamaton. Jos koru kuitenkin on hieman suurempi, tulee sen olla hengittävä, joka tarkoittaa esimerkiksi lankamaisia rakenteita. Hänelle mieluisen koru on usein yksiosainen ja yhdellä pintakäsittelyllä toteutettu. Esimerkiksi kiiltävä on tuttu ja turvallinen vaihtoehto. Jos korussa kuitenkin on värejä, on niiden mukailtava luonnollisia ja pehmeitä sävyjä. Värejä on mahdollista saada koruun myös esimerkiksi

patinoinnin avulla. Luontoaiheet ovat helppo ja turvallinen ratkaisu hyväntahtoiselle kollektiiviselle. Hän ei osta koruja joka tilaisuuteen erikseen, joten hänelle helppo ratkaisu olisi koru, joka muuttuu arkikorusta juhlaoruun. Korun on oltava käytännöllinen ja helppo käyttää. Myös helppo puhdistettavuus on tärkeää. Hyväntahtoisesta kollektiivisen korussa voi olla jotain henkilökohtaista, tai siihen voi liittää jotain omaa.

Opportunisti

Arvot eivät liiemmin ohjaa tämän ryhmän elämää, mutta turvallisuus on silti hyvin tärkeää. Heidän käytöksensä on tilannesidonnaista, jolloin he valitsevat itselleen turvallisimman vaihtoehdon kussakin tilanteessa. Keski-ikäisen ryhmä on melko korkea, 47,6 vuotta. Yli 45-vuotiaita on ryhmästä 56 prosenttia. Ryhmän jäsenet ovat keskimääräisesti vähemmän kouluttautuneita. Opportunistit suhtautuvat myönteisesti armeijaan, varusmiespalveluun, ydinvoimaan ja yhteisvaluutta euroon. Heidä viehättää voima. He eivät suhtaudu erityisen kielteisesti mihinkään, paitsi siviilipalvelukseen. Ryhmän jäsenet ovat kiinnostuneita tietotekniikan uutisista, radion ohjelmatiedoista ja urheiluuutisista. Heidän ajanviettonsa on melko perhekeskeistä, jolloin he harrastavat yhdessä perheen kanssa. Harrastuksiin kuuluvat muun muassa kävely, tietokoneet ja teatteri. (Puohiniemi 2002, 60, 155)



Kuva 55. Opportunistin visuaalinen hahmo

Opportunisti (kuva 55) on keski-ikäinen, melko perinteinen ihminen, joka pitää hyvin turvallisista vaihtoehdoista. Hän ei kiinnitä ulkonäkönsä huomiota kovinkaan paljon, mutta valitsee yleensä kuitenkin itselleen sopivimman ja turvallisimman vaihtoehdon. Perinteisestä tyylistään huolimatta opportunisti yleensä tietää mitä haluaa, ja saattaa myös vaihtaa tyyliään eri tilanteiden mukaan. Hänen tyyliinsä ei kuitenkaan

koskaan ole liian räväkkä, vaan esimerkiksi klassiset ja selkeät vaatteet ovat hänelle tyyppillisimpiä. Opportunisti ei hae pukeutumiseltaan näyttävyyttä, vaan tärkeintä siinä on sen sopivuus hänelle itselleen. Hänelle tyyppinen värimaailma on melko murrettu, jolloin värit ovat rauhallisia. Muun muassa ruskean eri sävyt ovat opportunistille ominaisia.



Kuva 56. Opportunistin korumaailman kolmiotaulu

Opportunistin korumaailma (kuva 56) on melko perinteinen ja klassinen, sillä hän pitää turvallisista vaihtoehdoista. Niiden muotokieli on yksinkertaista ja rauhallista. Koru on usein kooltaan pienehkö, sillä se ei saa herättää liikaa huomiota. Tämän huomioon ottaen myös korun muotokieli on melko pelkistetty, mutta ei kuitenkaan tylsä. Lisäksi pintakäsittelyt ovat rauhallisia. Korun pinnassa voi olla useampia pintakäsittelyitä, mutta

niiden tulee olla harmoniassa keskenään. Tai sitten erilainen pintakäsittely voi olla pienenä koristeenä, osana kokonaisuutta. Opportunistin koru voi olla jollain tavalla muunneltavissa. Tällöin hän voi esimerkiksi lisätä tai poistaa siitä osia. Osia vaihtamalla hän pystyy vaihtamaan hyvin korun tyyliä. Näin ollen tyylin voisi vaihtaa esimerkiksi rockista klassiseen. Muunneltavuus voi näkyä myös yksiosaisessa korussa esimerkiksi

sen asentoa muuttamalla. Tällöin korulla voi olla muun muassa kaksi erilaista puolta, joista molemmat käyvät eri tilanteisiin. Jos korussa on väriä, on se hieman rauhallisempaa, kuten murrettut sävyt. Aiheet ovat hyvin perinteisiä, sillä esimerkiksi symbolit ja luontoaiheet ovat opportunistille läheisiä. Myös materiaaleista korostuu koruissa perinteinen pronssi ja hopea.

Liite 2 Lahden jalo- ja korukivi- messuvierailun raportti

Valitsimme Lahden jalo- ja korukivimessut yhdeksi tutustumiskohteeksi, koska ajattelimme kyseisillä messuilla olevan paljon alamme näytteilleasettajia ja näin ollen mahdollisia tulevia kilpailijoitamme. Emme olleet itse käyneet kyseisillä messuilla aiemmin, joten halusimme saada tarkemman kuvan messujen tyylistä ja sisällöstä. Tavoitteenamme oli saada käsitys siitä, olisiko meidän järkevää mennä myymään tuotteitamme vastaaville messuille joskus tulevaisuudessa.

Lahden jalo- ja korukivimessut olivat järjestyksessään kahdeksannet. Messut pidettiin Jokimaan ravikeskuksessa 27.-28.3.2010 klo 10-17 ja järjestäjinä toimivat Lahden Jalo- ja Korukiviharrastajat ry. Yhdistys tekee aktiivista työtä kiviharrastuksen ja -tietämyksen edistämiseksi harrastajien keskuudessa, sekä samalla tukee ja kehittää alan harrastustoimintaa. Kansainvälisillä kivimessuilla oli niin kotimaisia, kuin ulkomaalaisiakin kivi- ja korualan näytteilleasettajia 39 kpl. Tapahtumassa pystyi tutustumaan itse alaan ja sen harrastajiin, ostamaan erilaisia kiviä, koruja, sekä alalla tarvittavia materiaaleja, työkaluja ja laitteita. (Kivi- ja korumessut 20.3.2010 <<http://www.kivimessut.fi>>)

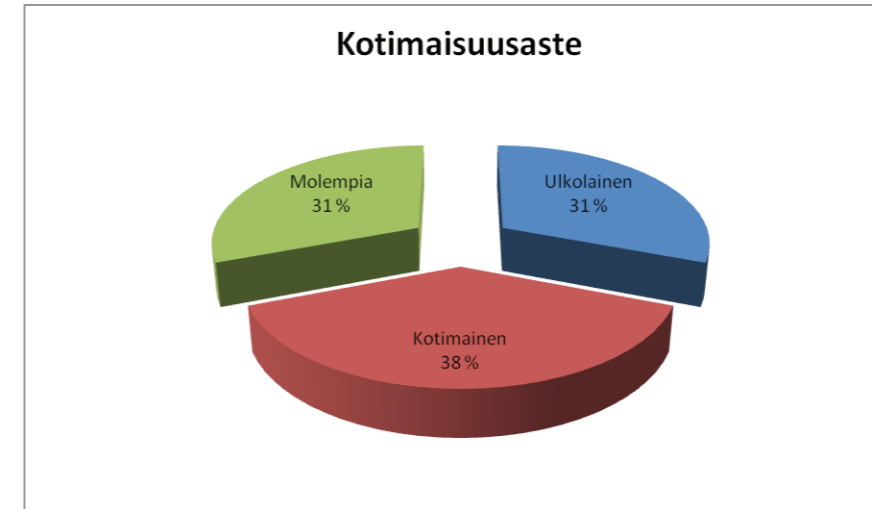
Miten toteutimme?

Kiersimme messuja useamman tunnin ajan. Aluksi tutustuimme messujen tarjontaan kokonaisuudessaan, jonka jälkeen päätimme keskittyä tarkemmin messujen 39:stä näytteilleasettajasta 14:ään. Totesimme, ettei ole tarpeellista tehdä tarkempaa tiedonhankintaa näytteilleasettajista, jotka eivät ole varsinaisia mahdollisia kilpailijoitamme. Valitsemamme 14:n näytteilleasettajan myyntipisteissä oli tarjolla pääosin jalometallituotteita, esimerkiksi koruja. Tosin näistäkin näytteilleasettajista vain muutama täytti ne kriteerit, jotka olimme asettaneet ns. hyvälle myyntipisteelle.

Olimme ennen messuja tulostaneet valmiiksi suunnittelemamme taulukkopohjat tiedonhankintaa varten. Kiersimme valitsemiamme myyntipisteitä kirjoittaen samalla muistiinpanoja havaintojemme perusteella. Tutkimme näytteilleasettajia sekä heidän pöytänsä yhdessä pohdiskellen, mutta myös erikseen. Mielestämme oli järkevää etenkin ajankäytön kannalta havainnoida useampia myyntipisteitä yhtäaikaan. Kokoonnuimme tosin miettimään havaintojamme yhdessä aina tietyin väliajoin. Messuvierailun jälkeen pohdimme myös messuja kokonaisuudessaan sekä muistiinpanojen, että muiden havaintojen perusteella.

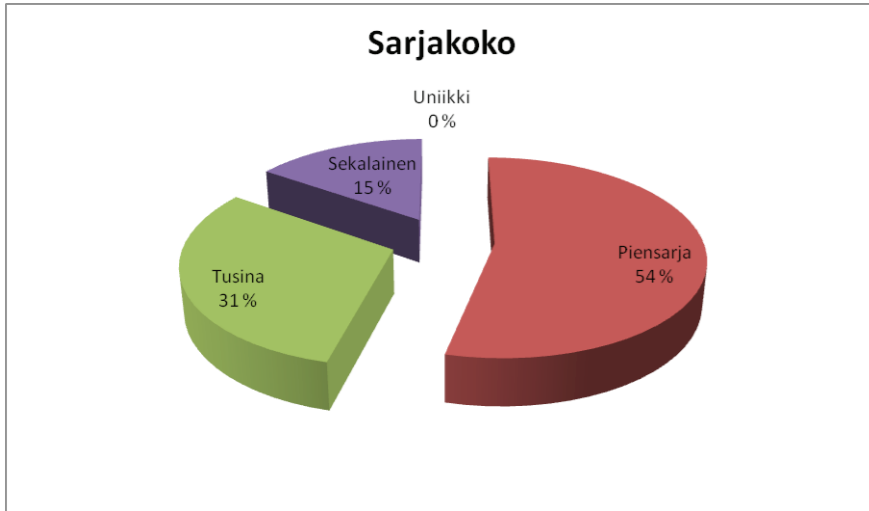
Tulokset

Saimme Lahden jalo- ja korukivimessuilta paljon uutta ja käyttökelpoista tietoa. Lähdimme purkamaan tuloksia muutaman kaavion avulla, koska niistä saa selkeän käsityksen työmme kannalta tärkeimmistä asioista ja huomioista. Kaavioiden lisäksi avasimme tuloksia myös sanallisesti. Koimme huomion tärkeiksi asioiksi myytävien korujen kotimaisuuden, sarjakoot, hintaluokat ja niiden sekä yrityksen visuaalisen ilmeen.



Kaavio 1. Kaavio messuilla myytävien korujen kotimaisuusasteesta

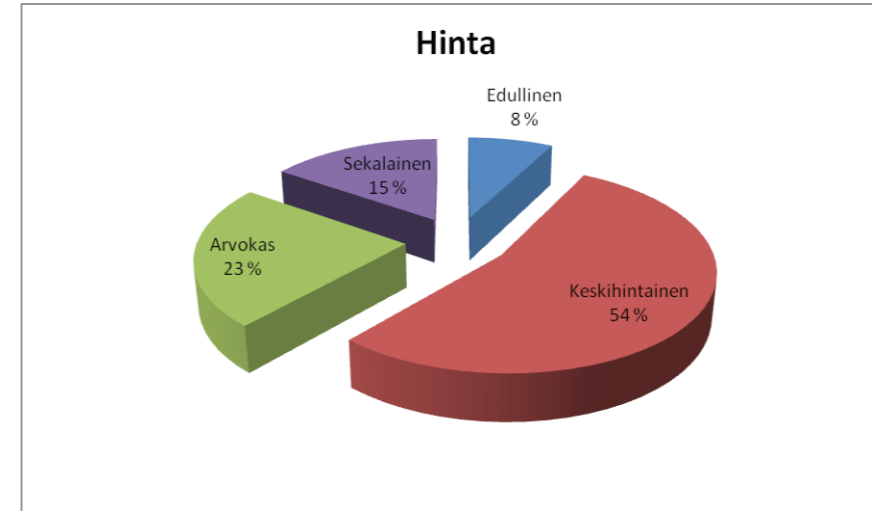
Suurin osa tutkimiemme näytteilleasettajien koruista oli kotimaisia. Tosin harvemmallalla kaikki myynnissä olevat tuotteet oli kotimaisia, sillä yleensä mukana oli myös tuontitavaraa. Pelkästään ulkomaalaisten tuotteiden myyntiin oli keskittynyt noin kolmasosa näytteilleasettajista. Yleensä näistä myyntipöydistä sai välittömästi sen kuvan, että korut ovat tuontitavaraa. Yleisilme saattoi olla jopa hieman halvan oloinen. Kotimaiset tuotteet nousivat esiin yleensä positiivisessa mielessä (kaavio 1).



Kaavio 2. Kaavio messuilla myytävien korusarjojen sarjakoista

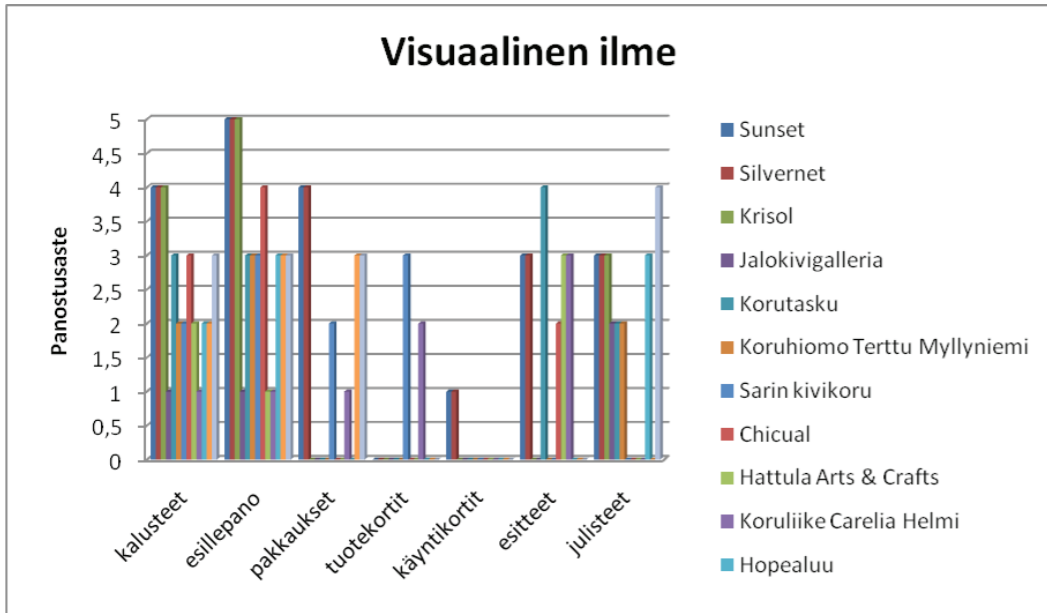
Suurin osa messuilla myytävistä korusarjoista oli piensarjoja (kaavio 2) ja näytteilleasettajat keskittyivät pääasiassa näiden myyntiin. Niitä oli yleensä esillä pöydillä yhdet kappaleet, joiden tilalle siirrettiin uudet edellisten mennessä kaupaksi. Kiinnitimme erityisesti huomiota siihen, ettemme löytäneet messuilta ainoataan uniikkikorua. Ainakaan tätä ei erityisesti mainostettu minkään korun kohdalla.

Messuilla oli myynnissä useassa pöydässä ns. tusinatavaraa, joka ei erottunut joukosta minkään asian suhteen. Ne olivat pääasiassa tuontitavaraa, joiden muotokieleen, valmistamistapaan ja markkinointiin ei mielestämme oltu erityisesti panostettu. Tosin nämä tuotteet olivat hinnaltaan usein hyvin kilpailukykyisiä, jolloin ne löysivät ostajansa.



Kaavio 3. Kaavio messuilla myytävien korujen hintaluokista

Sijoitimme messuilla myynnissä olleet tuotteet pääosin keskihintaiseen luokkaan ja näitä myytiin varmasti myös eniten (kaavio 3). Arvokkaampia tuotteita oli puolestaan tarjolla seuraavaksi eniten. Yllätyimme siitä, että aivan edullisimpia tuotteita oli myynnissä melko vähän. Jotkin tuotteet tuntuivat olevan jopa ylihinnoiteltuja.



Kaavio 4. Pylväsdiagrammi visuaalisen ilmeen panostusasteesta

Ehkä yksi tärkeimmistä huomioista messuilla oli, että visuaaliseen ilmeeseen panostettiin keskimäärin melko vähän (kaavio 4). Yrityksen omaa imagoa oli tuotu esille todella vähän ja korujen esillepano oli harvoin yhtenäinen. Välillä meillä oli jopa vaikeuksia hahmottaa missä loppui tietyn näytteilleasettajan myyntipiste, sillä yleensä kaikki upposivat samaan massa.

Käyntikortteja oli jaossa pelkästään yhdellä tutkimallamme näytteilleasettajalla. Lähes yhtä harva oli muutenkin panostanut graafisiin materiaaleihin, kuten julisteisiin ja esitteisiin. Esimerkiksi julisteet olisivat helpottaneet myös näytteilleasettajien tunnistamista, sillä useimmilla yrityksen nimi luki ainoastaan pienessä rintamerkissä.

Vain harva näytteilleasettajista oli käyttänyt muitakin tapoja laittaa korujansa esille, kuin perinteiset rasiat ja telineet. Yksi yritys oli asettanut korunsa esille muun muassa taulunkehyksiin. Joukosta erottuivat positiivisesti myös muoviset, kasattavat kaulat, jotka näyttivät yksinkertaisuudessaan tyylikkailtä. Ne oli varmasti myös helppo ottaa mukaan messuille. Yksi näytteilleasettajista oli taitellut telineet koruilleen mustasta pahvista. Nämä erilaiset korutelineet erottuivat mielestämme hyvin joukosta ja niitä olisi nähnyt mieluusti enemmänkin.

Analysointi

Ensimmäinen havainto messuilla oli, ettemme haluaisi itse myydä tuotteitamme siellä. Ne eivät olleet tyyliään oikeanlaiset. Messuilla oli paljon kävijöitä, mutta suurimmaksi osaksi he olivat hakemassa tarvikkeita omaan koruharrastukseensa. Eniten ruuhkaa oli sellaisten pöytien ääressä, joissa myytiin materiaaleja korujen valmistukseen. Väljyyttä oli eniten arvokkaampien tuotteiden myyntipisteillä sekä siellä, missä ylipäänsä myytiin valmiita koruja. Hyvin varhaisessa vaiheessa vierailua päätimme, että meidän tulisi miettiä uudelleen, minkälaisia messuja olemme hakemassa. Halusimme kuitenkin tutkia nämä messut tarkasti suunnitelmien mukaan, koska saamamme tieto olisi hyvin tärkeää ja käyttökelpoista.

Tapa kerätä tietoa havainnoimalla oli toisaalta hyvä, mutta siinä oli huonot puolensa. Oli hankalaa kirjata tietoja ylös paperille seisaaltaan, jonka vuoksi jouduimme välillä etsimään istumapaikan kirjoittamista varten. Monesti istumapaikkoja oli vaikea löytää aivan lähetyviltä, jolloin aikaa kului turhaan kulkemiseen. Kirjoitus-tila meinasi myös välillä loppua taulukoista ja nopeasti kirjoitetut tekstit saattoivat olla epäselviä ja hankaloittaa myöhempää analysointia. Totesimme kuitenkin, että tiedonhankintaa varten tekemämme taulukkopohjat olivat hyvät. Ne täyttämällä löysimme keskeiset asiat kustakin myyntipisteestä. Sovimme ensi kerralla kokeilevamme toista tapaa tietojen tallentamiseen. Käyttäisimme samaa taulukkoa, mutta tallennamme asiat keskustelemalla ne yhdessä nauhurille, jolloin työskentely messuilla helpottuu.

Mahdollisessa omassa messumyynnissämme haluaisimme erottua erityisesti kotimaista käsityötä tekevinä muotoilijoina. Vaikka edullisella tuontitavaralla on ostajansa, emme silti halua kuulua tähän joukkoon. Messukävijät myös arvostavat useimmiten kotimaista käsityötä. Se, ettei messuilla ollut tarjolla uniikkikoruja, on myös huomionarvoinen asia. Uniikkikorut voivat nimittäin olla yksi tapa erottumiseen ja kiinnostuksen herättämiseen. Toinen tapa erottautua massasta ja tulla huomatuksi on hyvä visuaalinen ilme, jonka vuoksi panostaisimme siihen erityisesti. Onnistuneella visuaalisella ilmeellä on mahdollista herättää ihmisten kiinnostus ja jäädä messuilla kävijöiden mieleen. Lahden jalo- ja korukivimessuilla suurin osa näytteilleasettajista ei selkeästi osannut ottaa tätä asiaa huomioon.

Kokonaisuudessaan messukäynti oli onnistunut ja saimme kerättyä kokoon tarvitsemamme tiedot. Vierailun jälkeen oli selvää, kuinka jatkamme eteenpäin ja kehitämme havainnointiamme Jyväskylän kädentaitomesuilla, jotka olisivat seuraavaksi vuorossa.

Liite 3 Jyväskylän kädentaitomes- suvierailun raportti

Valitsimme toiseksi messuvierailuksi Jyväskylän kädentaitomessut. Valitsimme tarkoituksella hieman erilaisen tapahtuman kuin edellinen oli. Halusimme nimittäin selvittää, olisivatko tämän tyylliset messut sopivat mahdollisen messumyyntimme toteutukseen. Jyväskylän messuilla on ollut maine, jonka mukaan ne ovat hyviä ja suuret. Halusimme selvittää onko tämä oletamus oikea.

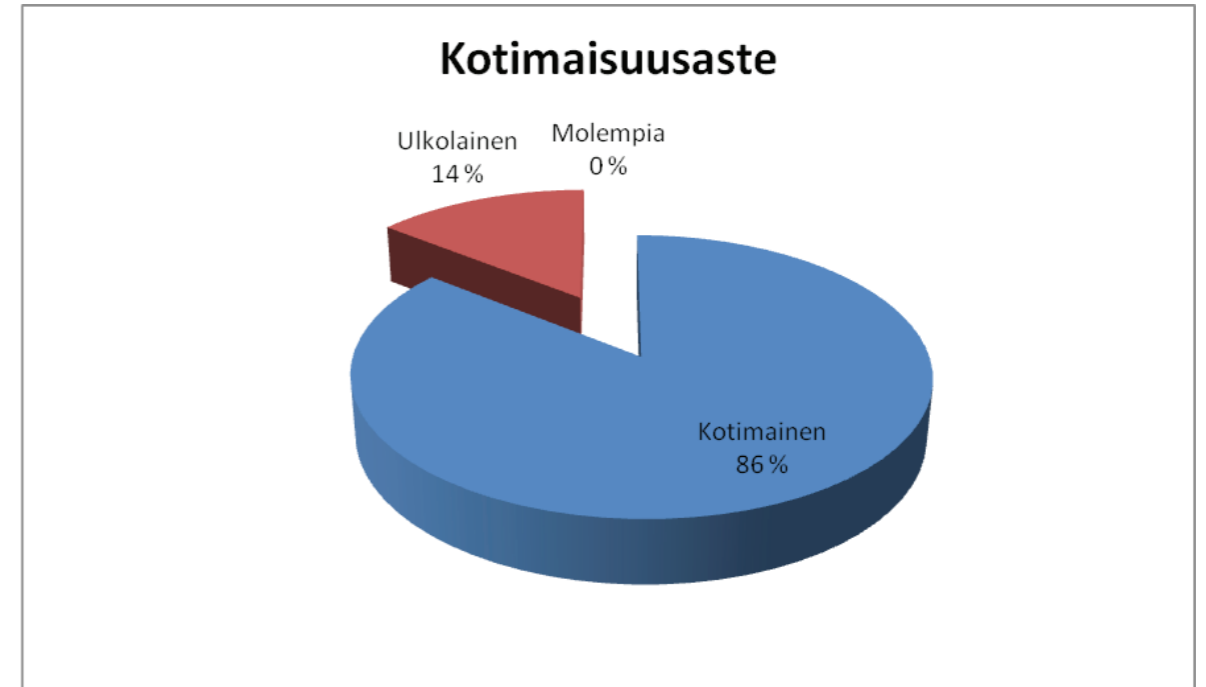
Jyväskylän Kädentaitomessut pidettiin Jyväskylän Paviljongissa 10.4.-11.4.2010. Messuilla on kymmeniä näytteilleasettajia, jotka tarjosivat laadukkaita koriste- ja käyttöesineitä. Lisäksi messuilla oli paljon vaatteita ja asusteita sekä aikuisille, että lapsille. Messuilla oli mahdollista nähdä myös työnäytöksiä, hankkia välineitä ja tarvikkeita omaan tekemiseen. (Mediapromessut 2.4.2010 <www.mediapromessut.fi/>)

Miten toteutimme?

Aluksi kiersimme messuilla vapaasti ja halusimme saada yleisen käsityksen messuista ja niiden tarjonnasta. Tämän jälkeen perehdyimme meidän kannalta olennaisiin näytteilleasettajiin. Niitä oli loppujen lopuksi hyvin vähän, vain seitsemän kappaletta. Tämän vuoksi keskityimme tarkemmin kaikkiin seitsemään näytteilleasettajaan, joilla oli päätuotteina koruja. Kaikki näistä näytteilleasettajista eivät kuitenkaan ole varsinaisia kilpailijoitamme. Edellisestä messuvierailusta viisastuneina päätimme kokeilla tietojen tallentamisessa digitaalista sanelukonetta. Käytimme pohjana samaa taulukkopohjaa kuin aikaisemminkin, mutta täytimme tiedot keskustelemalla yhdessä nauhalle. Näin säästimme aikaa ja helpotimme tiedon tallentamista.

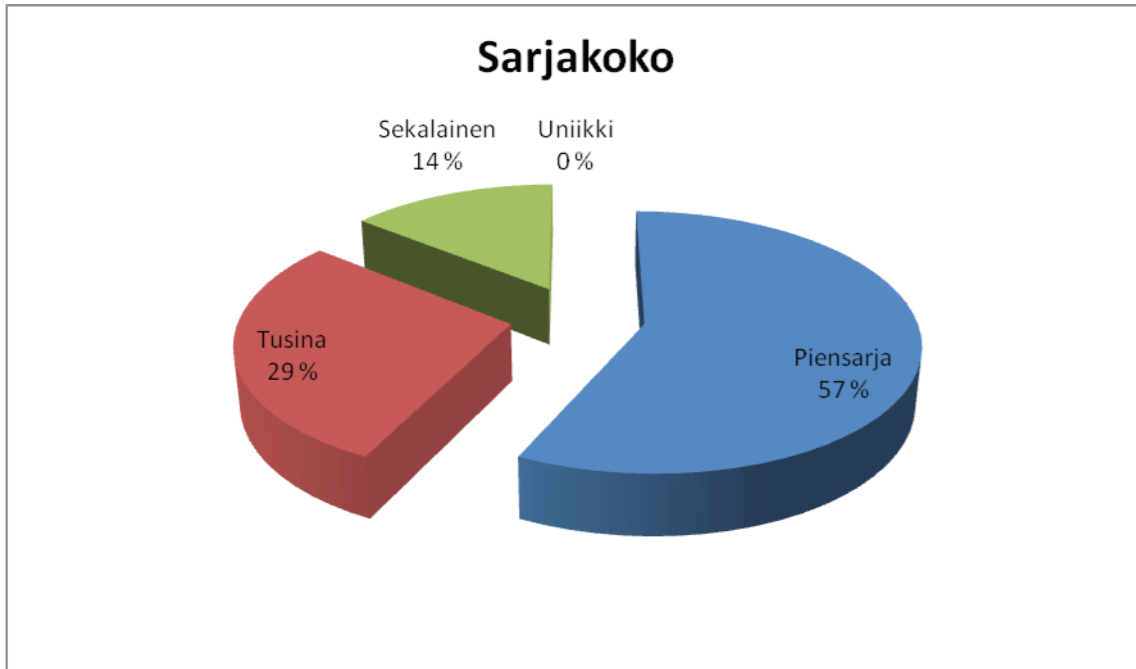
Tulokset

Lähdimme purkamaan saatuja tietoja samoilla kaavioilla kuin Lahden jalo- ja korukivimessujen tuloksia.



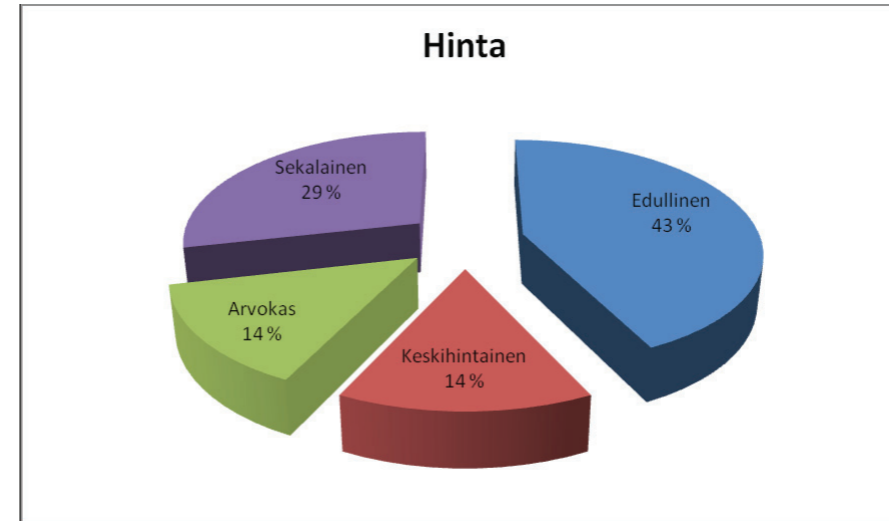
Kaavio 5. Kaavio messuilla myytävien korujen kotimaisuusasteesta

Suurin osa messuilla myytävistä koruista olivat kotimaisia (kaavio 5). Verrattuna Lahden jalo- ja korukivimessuihin kotimaisuus korostui Jyväskylän messuilla. Kotimaisuus tulikin selkeästi positiivisesti ilmi messujen yleisilmeestä.



Kaavio 6. Kaavio messuilla myytävien korusarjojen sarjakoista

Kuten Lahdessa, myös Jyväskylässä piensarjoja oli tarjolla kaikkein eniten (kaavio 6). Koruja oli esillä vain muutamia kappaleita, jolloin pöytiä täytettiin sitä mukaan, kuin niitä saatiin myytyä. Uniikkeja koruja ei Jyväskylässäkään ollut esillä laisinkaan. Tosin Hopeasiipi nimisen yrityksen internetsivujen mukaan he valmistavat myös uniikkeja tuotteita. Heillä ei ollut näitä Jyväskylän messuilla kuitenkaan tarjolla. Tusinamaisia tuotteita oli lähes saman verran kuin Lahdessakin, mutta taso oli kuitenkin hieman korkeampi. Näille tuotteille näytti olevan ostajia niiden edullisen hinnan vuoksi.



Kaavio 7. Kaavio messuilla myytävien korujen hintaluokista

Verrattuna Lahden messuihin, hintataso Jyväskylässä oli melko erilainen (kaavio 7). Vaikka messuilla olikin tarjolla paljon kotimaista käsityötä, oli yllättävää, että hintataso oli pääosin melko edullinen. Näin ollen etenkin hinta-laatusuhde koruilla oli mielestämme erittäin hyvä. Arvokkaita koruja oli puolestaan tarjolla melko vähän. Yleistä oli, että myyntipisteissä oli tarjolla hyvin erihintaisia tuotteita, jolloin jokaiselle löytyi jotain.

Koska kyseessä olivat Kädentaito-messut, oli ymmärrettävää, että näytteilleasettajista suurin osa edusti muuta, kuin jalometallialaa. Esimerkiksi vaatemyyjiä oli paikalla erittäin paljon. Tosin heidänkin joukossaan oli myyjiä, jotka tarjosivat muiden tuotteidensa ohessa erilaisia koruja. Hyvin yleisiä olivat muun muassa korut, joissa oli materiaalina esimerkiksi puuta, lasia, muovia ja erilaisia helmiä. Korujen lisäksi myynnissä oli myös korumaisia asusteita.

Näytteilleasettajien graafiseen ilmeeseen oli panostettu kädentaitomessuilla erittäin paljon. Yrityksien nimet olivat selkeästi näkyvissä, jolloin ne oli helppo erottaa toisistaan. Toisin kuin Lahden messuilla, myös myyntipöytien rakenteet olivat Jyväskylässä sellaisia, että oli vaivatonta nähdä missä yksi pöytä loppuu ja toinen alkaa. Tavallisten pöytien lisäksi tuotteiden esillepanossa oli käytetty myös muita tapoja. Huomiomme kiinnittyi muun muassa tikapuihin, kangasryijyihin, seinätauluihin ja ruutuhyllyköihin, joihin koruja oli laitettu esille. Nämä erilaiset keinot piristivät myyntipisteitä huomattavasti ja kiinnittivät asiakkaiden huomion. Muita hyviä ideoita olivat esimerkiksi tapetin käyttö myyntipisteen seinässä ja suuret kangasjulisteet. Näiden avulla yritykset saivat tuotua oman vahvan värimaailmansa hyvin esille. He erottuivat muiden joukosta erinomaisesti.

Analysointi

Käyttämämme digitaalinen nauhuri osoittautui erittäin toimivaksi. Sen avulla tekemiemme huomioiden tallentaminen oli helppoa ja vaivatonta. Koska meidän ei tarvinnut jatkuvasti pysähtyä kirjoittamaan havaintojamme ylös, messujen kiertäminen nopeutui huomattavasti. Teimme havaintoja toisillemme keskustellen, ja nauhoitimme materiaalia lähes koko messukierroksen ajan. Tallentamamme keskustelut oli helppo purkaa jälkepäin ja kirjoittaa ylös saadut tulokset. Vastaavissa tilanteissa käytämme varmasti jatkossakin samaa keinoa.

Jyväskylän kädentaitomessut osoittautuivat mielestämme paljon paremmiksi messuiksi, kuin mitä Lahden jalo- ja korukivimessut olivat. Kun osallistumme tulevaisuudessa messuille, voisivat vastaavat kädentaitomessut olla varteenotettava vaihtoehto. Ilmapiiri messuilla oli todella hyvä. Ihmisiä oli paljon sekä myyjinä, että asiakkaina. Näytteilleasettajien myyntipisteet olivat hyvin ammattimaisen näköisiä. Vaikka käsityöläisiä olikin paljon, olivat he selkeästi panostaneet messuihin. Useimpien myyntipisteiden takana olivat yritykset ja se myös näkyi. Yritysten graafista ilmettä oli tuotu hyvin esille, ja kaikki pyrkivät erottumaan joukosta.

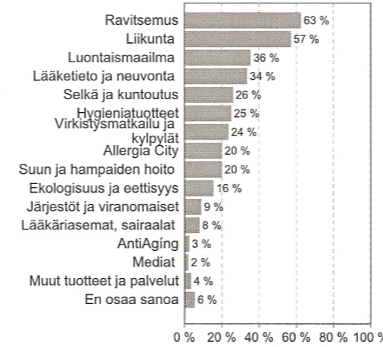
Lahden ja Jyväskylän messukäyntien jälkeen saimme selkeän kuvan kaksista hyvin erilaisista messuista. Pysyimme kehittämään tiedon keruuta jo näiden käyntien välillä, ja saimme paljon hyödyllistä materiaalia, mitä voimme käyttää omien tuotteidemme suunnittelussa. Kun tulevaisuudessa osallistumme messuille, on meillä paljon tietoa, mitä soveltaa oman myyntipisteemme pystyttämisessä.

Liite 4 Häämessujen kävijätutkimus

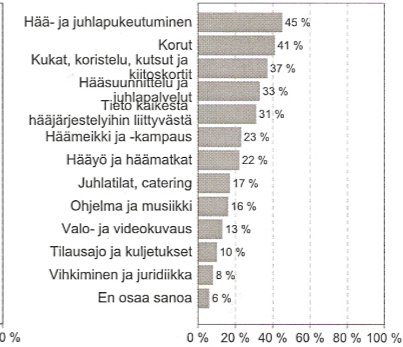
Terveys 09, Kauneus 09, Muoti 09,
Häät&Rakkaus 09
Kävijätutkimus



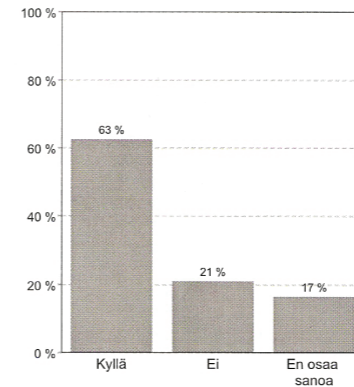
Tuoteryhmiin tutustuminen, Terveys 09



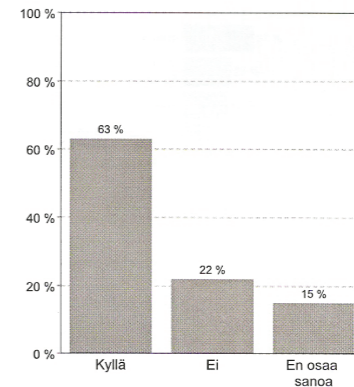
Tuoteryhmiin tutustuminen, Häät&Rakkaus 09



Uudet tuotteet ja palvelut, Terveys 09

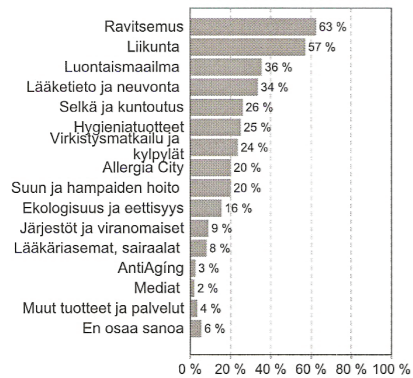


Uudet tuotteet ja palvelut, Kauneus 09

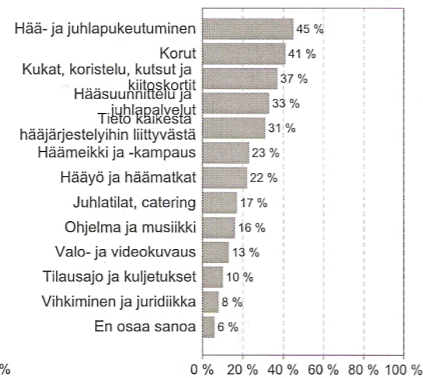


Kävijätutkimus

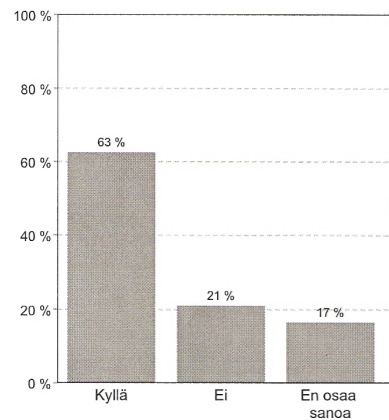
Tuoteryhmiin tutustuminen, Terveys 09



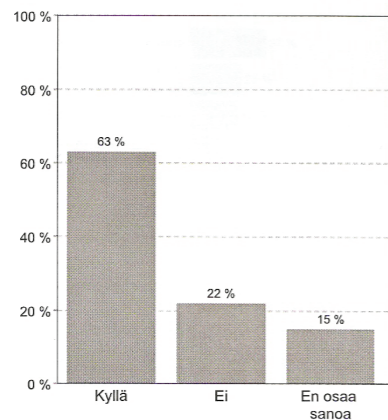
Tuoteryhmiin tutustuminen, Häät&Rakkaus 09



Uudet tuotteet ja palvelut, Terveys 09

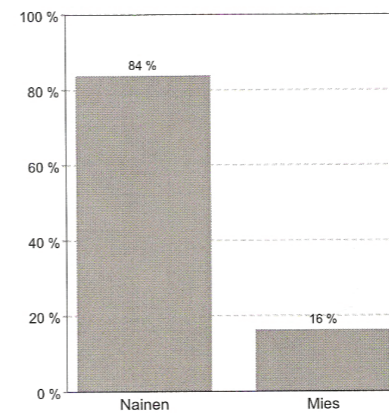


Uudet tuotteet ja palvelut, Kauneus 09

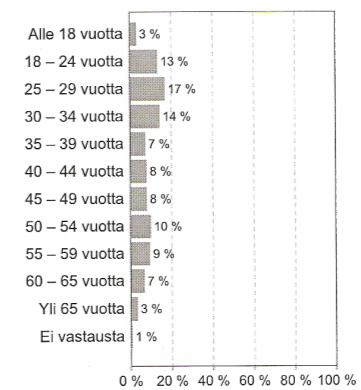


Kävijätutkimus

Sukupuoli



Ikä



Asuinpaikka

