

KYMENLAAKSON AMMATTIKORKEAKOULU

Muotoilu/ Designer - stylisti

Enni Heinonen

LADIES NIGHT WITH A STYLIST

Naisten ilta Roosa nauha -kampanjan hyväksi

Opinnäytetyö 2012

TIIVISTELMÄ

KYMENLAAKSON AMMATTIKORKEAKOULU

Muotoilu

HEINONEN, ENNI

LADIES NIGHT WITH A STYLIST -naisten ilta

Roosa nauha -kampanjan hyväksi

Opinnäytetyö

38 sivua + 4 liitesivua

Työn ohjaaja

Lehtori Esko Ahola

Toimeksiantaja

Tmi Enni Heinonen

Joulukuu 2012

Avainsanat

tyylisuunnittelu, tapahtuman järjestäminen, markkinointi, muoti

Tämän opinnäytetyön tavoitteena on suunnitella ja toteuttaa uudenlainen naisten ilta ”Ladies night with a Stylist”. Tapahtuman kohderyhmä on tavalliset naiset. Ideana on luoda pukeutumisilta, joka tarjoaa pukeutumiskivinkkejä erimallisille, -ikäisille sekä -kokoisille naisille niin urheiluun, arkeen kuin juhlaan. Vinkit esitellään muotinäytöksen tapaan ja malleina toimivat neljä erilaista tavallista naista. Tapahtumapaikkana on Porvoon Paahtimo ja ajankohtana perjantai 5.10.2012 klo 18 - 20.

Lisäarvoa tapahtumalle tuo yhteistyö Syöpäsäätiön Roosa nauha -kampanjan kanssa, jonka hyväksi illan pääsylipuista saadut tulot lahjoitetaan. Naisten rintasyöpää tukevan Roosa nauha -kampanjan vuoden 2012 teemana on liikunta, tämän johdosta tapahtumassa on mukana naprapaatti Sini-Marja Heikkinen luennoimassa liikunnan terveysvaikutuksista. Mukana olevat muut yhteistyökumppanit ovat: Café Cabriole, Seppälä, Your Face, Top Sport, Rouge Oy. Tapahtuman päätarkoitus on tuoda oma osaaminen designer-stylistinä katsojille tutuksi sekä markkinoida taitojani tyylisuunnittelijana, tapahtuman järjestäjänä sekä markkinoinnin osaajana.

Työn tutkimusmenetelminä käytetään observointia eli havainnointia, avointa haastattelua sekä semioottista kuva-analyysia, joka auttaa laadullista tutkimusta. Tutkimuksessa hyödynnetään myös piilohavainnointia sekä omaa aikaisempaa stylistin kokemusta. Opinnäytetyössä käydään läpi produktion vaiheet suunnittelusta illan kulkuun sekä toteutuksen lopputulokseen.

ABSTRACT

KYMENLAAKSON AMMATTIKORKEAKOULU

University of Applied

Program in Design

HEINONEN, ENNI

Bachelor's Thesis

Supervisor

Commissioned by

December 2012

Keywords

LADIES NIGHT WITH A STYLIST

38 pages + 4 pages of appendices

Esko Ahola, Senior Lecturer

Heinonen Enni

styling, event marketing, marketing, fashion

The starting point in this thesis is to produce a nontraditional ladies night, called "Ladies night with a Stylist", which was arranged at Bar&Café Porvoon Paahtimo on Friday 5th October 2012 between, 18.00-20.00. The aim was to create a dressing soiree for regular women, an event that provides tips for everyday clothing, sports and party clothing.

The Breast Cancer Foundations Roosa nauha -campaign gives more value to the event. This is the reason why naprapath Sini-Marja Heikkinen will attend the event, since the campaign theme 2012 is physical activity and exercising. The co-operation partners are: Café Cabriole, Seppälä, Your Face, Top Sport, Rouge Oy and Porvoon Paahtimo, which will get more visibility due to the event. Also my own professional character as a designer-stylist will be more familiar to people.

The research methods used in this thesis will be observation, open interviews and semiotic picture analysis, which helps to make a qualitative research. Cover observation and my own previous experiences of styling will be instrumental in this research. This thesis will review productions different phases of producing an event from planning to actual event night.

SISÄLLYS

1	JOHDANTO	5
2	TUTKIMUKSEN LÄHTÖKOHDAT	6
	2.1 Viitekehys	6
	2.2 Käsitekartta	7
	2.3 Tutkimuskysymykset ja tutkimusmenetelmät	8
3	YLEISÖTAPAHTUMA PROJEKTINA	9
	3.1 Yleisötapahtuman keskeisimmät kohdat	9
	3.2 Tapahtumapaikan merkitys	10
	3.3 Projektin aikataulu ja riskit	11
	3.4 Markkinointi ja tiedottaminen	12
4	SIDOSRYHMÄT JA MAINONNAN SUUNNITTELU	12
	4.1 Yhteistyökumppanit	13
	4.2 Mainonnan suunnitteluprosessi	16
5	STAILAUSKOKONAISUUDET	19
	5.1 Asukokonaisuuksien lähtökohdat	19
	5.2 Hillitty, klassinen ja hienostunut Jaana	21
	5.3 Räväkkä, eloisa ja rohkea Iita	23
	5.4 Sanavalmis, sporttinen, laatu-tietoinen Minna	24
	5.5 Pirteä, siro, tyttömäinen Linda	25
6	ILLAN KULUN YHTEENVETO	27
7	OMA ARVIO	33
	LÄHTEET	35
	KUVALUETTELO	38
	LIITTEET	
	Liite 1. Lehdistö tiedote	
	Liite 2. Arvontalipuke	
	Liite 3. Valmis mainos	
	Liite 4. Pääsylippu	

1 JOHDANTO

Tämä opinnäytetyö käsittelee ”Ladies night with a stylist” -naisten iltaa, joka järjestettiin Syöpäsäätiö *Roosa nauha* -kampanjan hyväksi Porvoon Paahtimolla perjantaina 5.10.2012. Työ on produktiivinen, jossa keskeistä on tapahtuman suunnittelu ja tuottaminen, markkinointimateriaalisuunnittelu sekä mallien kokonaisvaltainen tyyli-suunnittelu. Kaiken tämän pohjana käytetään laadullisen tutkimusmenetelmin kerättyä tietoa.

Idea lähti liikkeelle omasta kiinnostuksestani suunnitella naisten ilta uudenlaisesta näkökulmasta: tarjota tavallisille naisille elämyksellinen ja antoisa ilta, josta ei lähdetä tyhjin käsin. Tapahtuma on näytöstyyppinen ilta, jossa syksyn trendejä esitellään tavallisten naisten, ei ammattimallien yllä. Mielestäni näin jokainen nainen voi löytää itselleen vinkkejä niin arkeen, juhlaan, urheiluakaan unohtamatta. Tapahtuma on lämminhenkinen ja intiimi tilaisuus, jossa ihmiset ovat lähellä sekä malleja, että minua designer-stylistia.

Illan tavoite on myös tukea tärkeää työtä. Näin ollen pääsylippujen tuotto menee lyhentämättömänä naisten rintasyöpätutkimuksen tukemiseen. Tämän lisäksi oma tavoitteeni on tuoda Porvoossa naisille tutuksi oma monipuolinen osaamiseni. Tapahtuman tuottaminen luo siten minulle hyvät mahdollisuudet tulevalle työuralleni sekä mahdollisuuden tutustua potentiaalisiin asiakkaisiin. Työn haasteena on tuottaa koko projekti yksin alusta loppuun: mallien valinnasta asukokonaisuuksien suunnitteluun ja kokoamiseen sekä mainosten suunnittelemisesta näytöksen toteutukseen. Haasteena on myös löytää oikeat ja halukkaat yhteistyökumppanit, jotka mahdollistavat tapahtuman toteuttamisen.

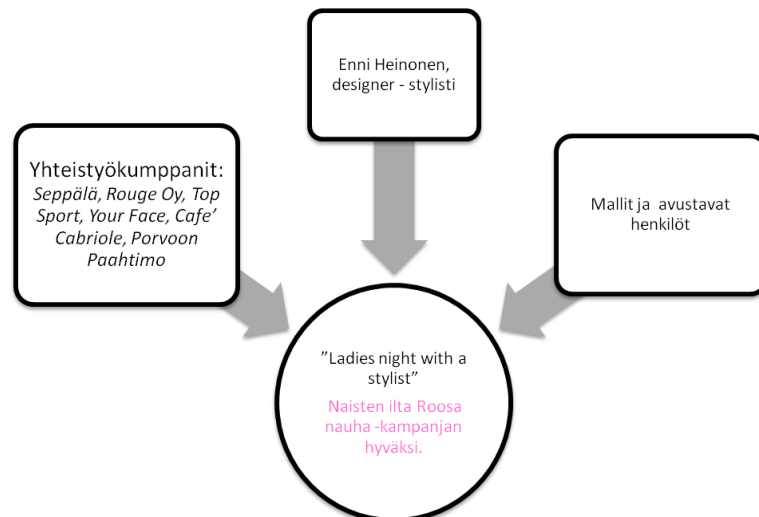
Tänä päivänä terveys ja hyvinvointi sekä oman vartalon hyväksyminen on entistäkin tärkeämpää naisille. Naisten illan tarkoituksena on osoittaa, että muodokkaita kurveja tai poikamaisen hoikkia vartaloita ei tarvitse piilottaa, vaan niiden parhaita puolia kannattaa tuoda esiin. Designer-stylistina autan naisia löytämään tämän päivän muodista heille parhaiten sopivat vinkit asukokonaisuuksiin ja kokonaisuuksilla leikitte-lyyn.

2 TUTKIMUKSEN LÄHTÖKOHDAT

Laadullisen tutkimuksen lähtökohtana on käyttää tutkimuksessa apuna tutkijan esiyymmärrystä tutkittavasta aiheesta. Tällöin tarvitaan selvää näkökulmaa, jonka varassa edetään. Sitä kutsutaan viitekehyyksi. Viitekehys on pelkistetty esitys tutkimuksen lähtökohdista (Anttila 2006, 167). Käsitekartta eroaa viitekehyyksestä siten, että siinä käsitellään konkreettisemmin asioiden yhteys toisiinsa. Käsitekartalla tarkoitetaan kaaviokuva, jonka tarkoitus on konkretisoida asioiden yhteys toisiinsa. Käsitekartassa on yksi keskuskäsite, jonka ympärille vaikuttavat asiat ja käsitteet merkitään yleensä viivamerkein (Tuulaniemi 2011, 140).

2.1 Viitekehys

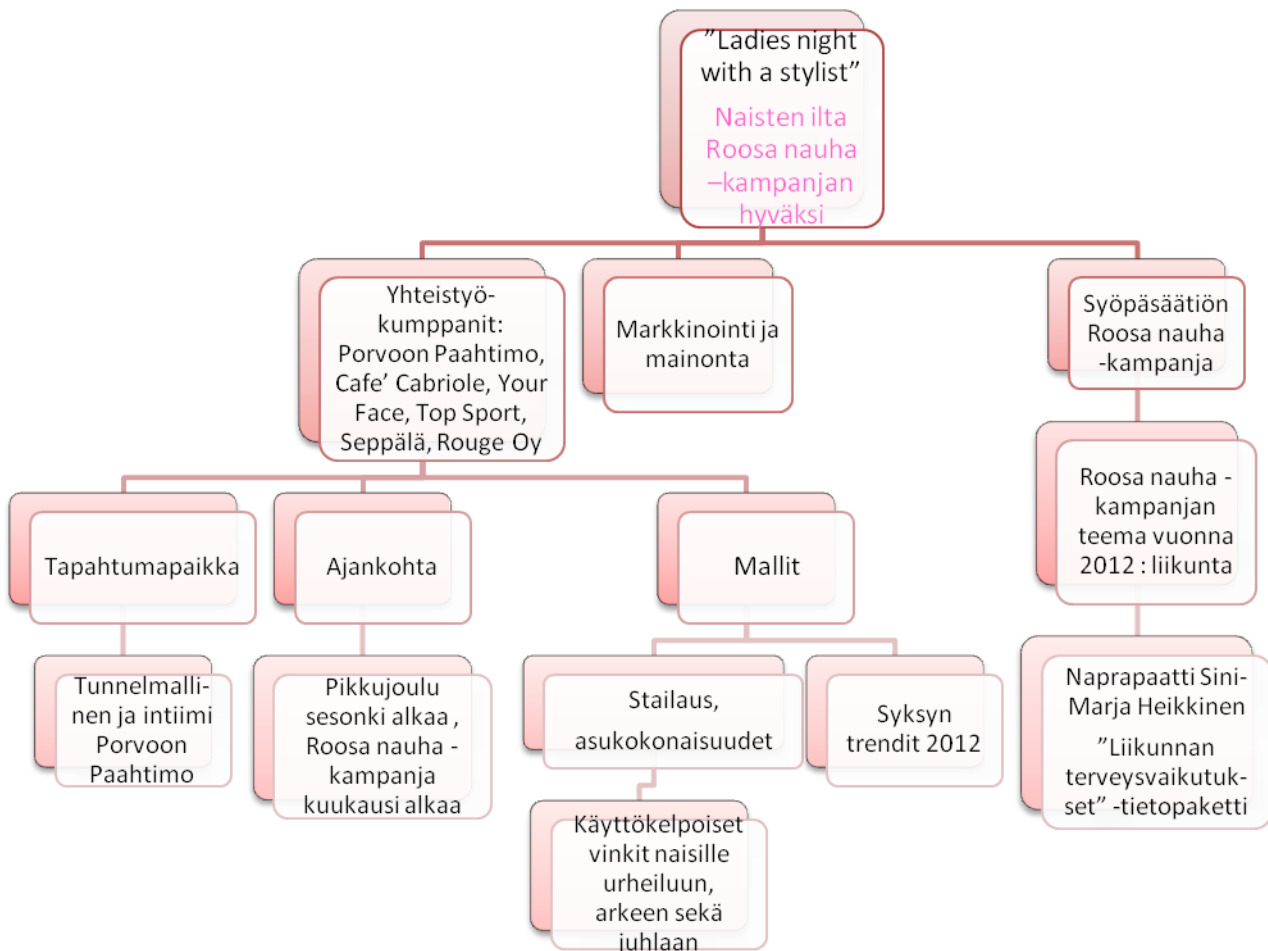
Viitekehys antaa käsityksen elementeistä, joita naisten ilta vaatii. Siinä on kolme tärkeää osatekijää, joista keskeisin on minun oma työpanokseni. Suunnittelen ja kokoan illan ohjelman; jotta saan koottua onnistuneen illan, tarvitsen yhteistyökumppaneiden panostuksen. Kolmas, muttei vähäisin osa tätä projektia ovat avustavat ihmiset; mallit, jotka auttavat minua esittelemällä yhteistyökumppaneiden vaatteita.



Kuva 1. Viitekehys työn tavoitteesta. (Heinonen 2012)

2.2 Käsitekartta

Alla olevassa käsitekartassa näkyy työprosessin kulku. Naisten ilta vaatii yhteistyökumppaneiden panostuksen, jotta saadaan tunnelmallinen tapahtumapaikka sekä kiinnostavat asukokonaisuudet mukana olevien vaateyritysten valikoimista. Vaatteet vaativat neljä naismallia, joista jokainen on erilainen persoona. Koko illan tärkein tarkoitus on kuitenkin tukea syöpäsäätiön Roosa nauha -kampanjaa. Hyväntekeväisyys antaa naisten illalle lisäarvoa. Roosa nauha -kampanjan tämän vuoden teemana on liikunta ja näin ollen tärkeän asian puolestapuhujana toimii illassa myös naprapaatti Sini-Marja Heikkinen.



Kuva 2. Käsitekartta työprosessista. (Heinonen 2012)

2.3 Tutkimuskysymykset ja tutkimusmenetelmät

Tutkimuskysymykseni on tässä opinnäytetyössä:

Miten tuotan onnistuneen kokonaisuuden naisten iltaan?

Alakysymyksinä:

Millä tavoin saan esille osaamiseni ja ammattitaitoni potentiaalisille asiakkaille?

Miten saan markkinoitua tapahtumaa yleisölle erilaisena naisten iltana?

Näihin edellä mainittuihin kysymyksiin vastauksen saamiseksi käytettiin metodina kvalitatiivista eli laadullista tutkimusotetta. Laadullisen tutkimuksen kolme tärkeää tavoitetta ovat: ilmiön ymmärtäminen, selittäminen, tulkinta (Anttila 2006, 275). Observoinnin tutkimuksen tuloksiin vaikuttaa myös tutkijan oma kiinnostus ja tieto tutkimuksen kohteesta. Tutkimuksessa pyrittiin käyttämään monimenetelmällisyyttä eli useita menetelmiä yhdistellen. Tässä työssä käytettiin havainnointia, hiljaista tietoa, semioottista analyysia. Toiseksi moniaistimuksellisuutta, joka tarkoittaa tutkijan tarkkaa läsnäoloa: nähdä, kuulla, haistella ja maistella (Anttila 2006, 277).

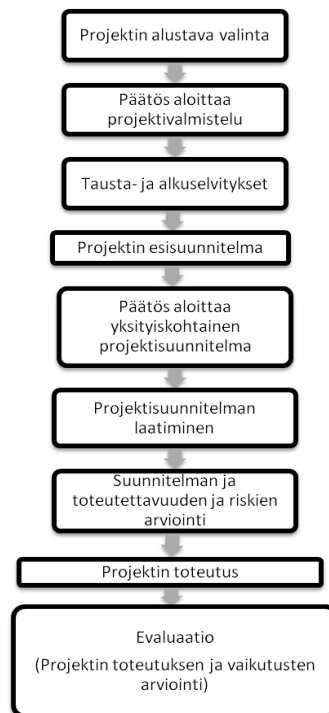
Päämäärä oli tuoda ihmisille konkreettisesti esille laaja osaaminen tapahtuman järjestäjänä, tyyli suunnittelijana sekä koko tapahtuman juontajana. Lisäksi selvitin, mitkä ovat ne mainoskanavat, joiden kautta kiinnostuneet saavat tiedon illasta. Onnistuneen mainonnan tukipilareita on tuottaa kiinnostava mainos, joka houkuttelee lukemaan mainoksen. Tämän opinnäytetyön tärkeä osa oli myös tapahtuman oikeanlainen mainonta, siksi oli tärkeää käyttää myös semiotiikan tutkimusmenetelmää apuna.

3 YLEISÖTAPAHTUMA PROJEKTINA

3.1 Yleisötapahtuman keskeisimmät kohdat

Yleisötapahtumat voivat olla hyvin erilaisia sisällöllisesti: kulttuurillisista tapahtumista urheilutapahtumiin tai näytöksistä rekrytointitapahtumiin. Kaikkia näitä yhdistävä tekijä on niiden monitahoisuus. Tapahtuma vaatii useamman alan asiantuntijaa ja työpanostusta (Juurakko et al. 2000, 23). Isoimmat tapahtumat vaativat vuosien valmistelun ja pienemmät tapahtumat, kuten minun järjestämä naisten ilta, muutaman kuukauden valmistelun. ”Hyvin suunniteltu on jo puoliksi tehty” -sanoma on paikaansa pitävä tällaisessa työssä. Projektimainen työote auttaa selviytymään moninaisista haasteista, joita naisten illan kaltainen suunnittelutyö vaatii.

Projekti käsitteenä tarkoittaa hanketta ja sana juontaa juurensa latinasta: ehdotus tai suunnitelma. Projekti on selkeästi rajattu työkokonaisuus, joka on ajallisesti rajattu tavoitteisiin pyrkivä hanke (Juurakko et al. 2000, 23). Alla olevassa kuvassa on tiivistettyä projektin eteneminen. Hyvin etenevä projekti kulkee kyseisessä järjestyksessä.



Kuva 3. Projektin vaiheistus. (Heinonen, 2012)

Hyvä projekti tarvitsee vetäjän, henkilön joka pystyy hallitsemaan projektin substanssiin eli sisältöön liittyvät asiat. Hänen pitää pystyä pitämään kaikki langat käsissään ja tekemään nopeita ratkaisuja. Projektipäällikön pitää pystyä näkemään ongelmat mahdollisuuksina. Hänellä on oltava taito katsoa projektia kokonaisuutena ja kyky sekä kuunnella, kommunikoida että kertoa (Anttila 2001, 115). Toimin naisten illan järjestelyjen projektipäällikkönä, hoidin illan suunnittelun, toteutuksen ja mainonnan.

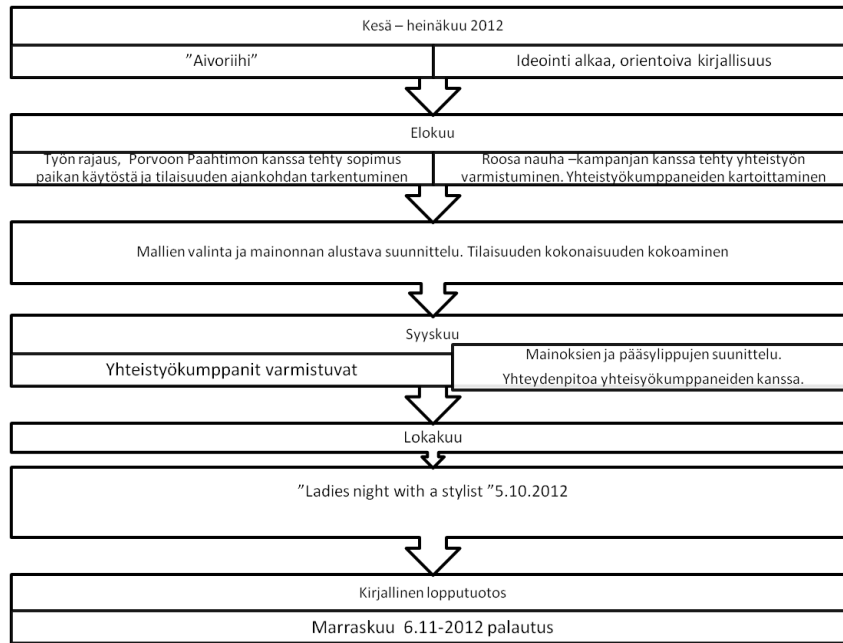
Hyvässä projektissa on oleellista, että mukana on eri osaamisalueilta ihmisiä, jotka edesauttavat onnistuneen illan järjestämisessä. Projektiryhmän avulla sain toteutettua illan ohjelman. Projektiryhmä koostui työssäni neljästä naismallista, joiden kanssa kävin tarkasti läpi mitä heiltä odotetaan tässä projektissa (Anttila, 2001, 77). Heidän lisäksi, projektissa oli mukana naprapaatti Sini-Marja Heikkinen, joka kertoi pienen tietopaketin liikunnan terveysvaikutuksista.

3.2 Tapahtumapaikan merkitys

Tapahtumapaikan valinnassa on erityisen tärkeää huomioida millainen imago paikalla on entuudestaan. Onnistuneen tapahtumapaikan valitsemisessa on huomioitu myös sijainti, tavoitettavuus, tilat, oheispalvelut ja paikan vuokra (Juurakko et al. 2000, 38). Edellä mainitut asiat otin huomioon valitessani sijaintia tapahtumalleni. Porvoon Paahtimo oli ensimmäinen valintani, vaikka harkitsin muitakin vaihtoehtoja. Paahtimolla on hyvä imago tyylikkäänä ja tunnelmallisena kahvilana Porvoon keskustassa. Valintaan vaikutti myös perinne naisten illasta. Porvoon Paahtimo on ollut aikaisemminkin mukana Roosa nauha -kampanjan hyväksi järjestetyissä illanvietoissa tarjoamalla tilansa käyttöönsä. Näin ollen heitä oli helppo lähestyä ideallani tuottaa tiloissa uudenlainen naisten ilta. Porvoon Paahtimon etuna oli myös tilan koko, sillä en halunnut yleisön ja tapahtuman olevan liian erillään toisistaan. Kyseessä oli pieni tilaisuus, noin 50 henkeä. Tilaa pystyy myös somistamaan kahvilan omilla tavaroilla. Tapahtuman suunnittelussa täytyy huomioida tilan koko suhteessa haluttuun yleisömäärään. Liian iso tila luo etäisyyttä, eikä edesauta viihtyvyyttä (Häyrinen & Vallo 2008, 134). Toinen varteenotettava tapahtumapaikka karsiutui juuri tämän asian johdosta, sillä tila olisi ollut liian iso halutulle yleisömäärälle.

3.3 Projektin aikataulu ja riskit

Oheisesta taulukosta (kuva 4) käy ilmi projektin aikataulu ja eteneminen. Projektille on tyypillistä, että aikataulu elää matkan varrella. Seuraavassa taulukossa on naisten illan aikataulun runko.



Kuva 4. Projektin aikataulu. (Heinonen, 2012)

Projektin riskit oli hyvä kartoittaa jo hyvissä ajoin ennen projektin alkua. Ongelmien kartoittaminen ja tunnistaminen muuttaa ne hallittaviksi (Anttila 2001, 100). Riskejä tässä projektissa oli vähäinen kokemus projektinvetäjänä. Toinen jos en olisi ottanut asioista tarpeeksi selvää, esimerkiksi hyödyntänyt asiantuntijoiden neuvoja. Huonosti suunniteltu eteneminen tai aikataulusta lipsuminen heikentää myös projektin onnistumista. Pahin skenaario toteutuisi jos ihmiset eivät löytäisi tapahtumapaikalle. Mainonta olisi näin ollen mennyt pahasti pieleen. Tämän estämiseksi mainonta ja markkinointi pitää aloittaa oikeaan aikaan ja oikeassa paikassa. Tulee myös muistaa tarkistaa tapahtumakalenterista muut tulevat tapahtumat ja niiden ajankohdat, jotta ei tule päällekkäisyyksiä.

3.4 Markkinointi ja tiedottaminen

Yleisö tapahtuman tärkeimpiin tekijöihin kuuluu hyvin suunniteltu mainonta ja huolella mietitty kohderyhmä. Tärkeää on markkinoida oikealle yleisölle, oikeaan aikaan sekä huomioiden mahdolliset kilpailijat (Juurakko et al. 2000, 113). Porvoon Paahtimolla järjestettävä tilaisuus oli ajoitettu juuri sellaiseen aikaan perjantaina 5. lokakuuta, ettei paikkakunnalla ole muita vastaavia tilaisuuksia. Aika oli myös monella muulla tavalla otollinen naisten iltaa ajatellen: naiset saivat vinkkejä juhlapukeutumiseen ennen alkavaa pikkujoulusezonkia ja tapahtuma tarjosi rentoa ajanvietettä ja naisten keskeistä keskustelua perjantai-illalle. Tärkeä tekijä ajankohdan valinnassa oli myös se, että lokakuu oli virallinen Roosa nauha -kampanjan kuukausi.

Markkinointikanavana käytin verkkoyhteisöä ja samalla ilmaista mainoskanavaa, Facebook -palvelua. Tapahtumakutsu lähetettiin kaksi viikkoa ennen tapahtuman ajankohtaa, sillä ennakkolipunmyynti lähti samalla käyntiin Porvoon Paahtimolla. Samaan aikaan lähetettiin kutsu lehdistölle lehdistötilaisuuteen, jossa kerroin tapahtuman kuluista. Lehdistötiedote lähti paikallislehdille ja radiolle (LIITE 1). Lehdistötiedotteen kannattaa olla kattava ja houkutteleva. On varauduttava siihen, ettei lehdistö välttämättä ehdi paikalle, saatikka ilmoita tulostaan, vaikka olisi laittanut vastauspyynnön kutsun loppuun. Paras aika tiedotustilaisuudelle on tiistaisin, keskiviikkoisin tai torstaisin klo 11:n tai 15:n välillä (Häyrinen & Vallo 2008, 44). Muita mainontavälineitä oli mainos, jonka jaoin näkyville paikoille yrityksiin, jotka tukivat tapahtumaa. Muut sijoituspaikat mainokselle olivat yleiset tilat, joissa mahdolliset tapahtumasta kiinnostuvat kulkevat, kuten muun muassa naisten kuntosalit sekä kaupat. On tärkeää, että mainostus omaa samaa tavoitetta ja tunnetta kuin itse tapahtuma. Näin tuetaan tapahtuman imagoa.

4 SIDOSRYHMÄT JA MAINONNAN SUUNNITTELU

Tapahtuman järjestämisessä oli olennaista miettiä mitä tapahtumalla halutaan viestiä yleisölle. Tästä syystä oli tärkeää miettiä alusta saakka tarkkaan tapahtuman teema. Teema on ydinajatus, joka pitää tapahtuman koossa (Häyrinen & Vallo 2008, 180).

Naisten illan teema rakentui tyylisuunnittelun ympärille, jolle antoi lisäarvoa Roosa nauha -kampanjan mukanaolo. Lähdin kartoittamaan yhteistyökumppaneita yritysten

asiakasryhmiä silmällä pitäen. Ovatko ne samoja, joita olen ajatellut omaan tapahtumaan, sekä mitkä yritykset ovat olleet mukana aikaisempina vuosina vastaavanlaisissa tapahtumissa. Roosa nauha -kampanjan hyväksi on aikaisempina vuosina järjestetty Porvoon Paahtimolla erilaisia iltoja, joissa mukana on ollut myös Café Cabriole. Kyseisiä yrityksiä oli näin helppo lähestyä.

4.1 Yhteistyökumppanit

Suomessa järjestettiin ensimmäinen rintasyöpätutkimusta tukeva Roosa nauha -kampanja vuonna 2003. Alun perin Yhdysvalloista tullut ajatus on tänä päivänä laaja yli 40 maassa toimiva kampanja. Tunnus kampanjalle on roosa silkkinauha, joka on rintasyövän vastaisen taistelun symboli. Virallinen kampanja- ja keräyskuukausi kautta maailman on lokakuu. Suomessa vietetään kampanjan juhluvuotta 2012. Tämän vuoden kampanja on jo kymmenes. Juhlavuoden kunniaksi teemana on liikunta. Liikunnan vaikutusta syövän ehkäisyyn on tutkittu ja se on todettu auttavan syövän ennaltaehkäisyssä sekä kuntoutusvaiheessa (cancer, 2012).



Kuva 5. Roosa nauha -rusetti vuonna 2012, jonka on suunnittelija Jukka Rintalan suunnittelema. (cancer, 2012)

Porvoon Paahtimo on punatiilinen, nelikerroksinen tiilimakasiini, joka sijaitsee idyllisessä vanhassa kaupungissa Porvoon joen varrella. Tunnelmallinen ja intiimi makasiini on rakennettu 1902 kauppias Oskar Simolinin johdosta. Makasiini on toiminut entisaikaan kauppiaan varastona, kuten kahvin säilytyspaikkana. Nykyisin siellä käytään nauttimassa vastapaahdetuista pavuista jauhettua kahvia tai vietetään iltaa ystävien kesken lasillisella. (porvoonpaahtimo, 2012)



Kuva 6. Porvoon Paahtimo. (matkailu.porvoo, 2012)

Cafe Cabriole on vuodesta 1997 toiminut kahvila, konditorio sekä lounasravintola, joka sijaitsee Porvoon keskustassa tunnelmallisessa jugendtalossa. Café Cabriole on tunnettu herkullisista täytekakuista, jotka hivelevät niin silmää kuin makuaisteja. Paikka tunnetaan tyylikkäänä ja arvostetaan hyvästä laadustaan (cabriole, 2012). Heidän kakut ovat erittäin suuressa suosiossa Porvoossa. Kauniit ja maukkaat kakut toimivat juhlassa kuin juhlassa. Halusin täydentää teeman mukaisesti ihmisten elämyksiä illassa tarjoamalla Café Cabriolen vaaleanpunaisia kakkuja.



Kuva 7. Kuva Café Cabriolen herkullisista kakuista. (cabriole, 2012)

Mukaan naisten iltaan yritin saada perinteisiä ja virallisia Roosa nauha tukijoita muun muassa MeNaiset -lehteä ja Avon -kosmetiikkasarjaa. Sain kuitenkin huomata, ettei isoilla yrityksillä ole valitettavasti intressejä pienimuotoisiin tapahtumiin.

Vaateliikkeiden valinnoissa mietin porvoolaisten naisten kulutustottumuksia hiljaista tietoa apuna käyttäen sekä yrityksiä, joilla on samat intressit onnistuneen illan aikaansaamiseksi. Seuraavien yritysten mukana olo mahdollisti saumattoman yhteistyön ja kiinnostavien asukokonaisuuksien luomisen:

Rouge Oy: Monipuolinen kauneuden ja hyvinvoinnin liike Porvoon keskustassa. Liike tarjoaa naisille kokonaisvaltaisesti vaatteista kosmetiikkaan sekä luontaistuotteita. Rouge tunnetaan laadukkaista merkeistä, joista mainittakoon vaatteiden puolelta *Marco Polo*, *Esprit* sekä *Byoung*. Heidän palveluihin kuuluvat myös kampaamo- sekä kosmetologipalvelut (rouge.fi, 2012). Valitsin Rouge Oy:n, koska heillä on monipuolinen valikoima laadukkaita tuotteita. Kohderyhmämme olivat samanlaiset: naiset ikään tai kokoon katsomatta.

Seppälä: Stockmann -konserniin kuuluva suomalainen vaatemyymäläketju, jonka alkujuuret ajoittuvat 1930-luvulle saakka, jolloin Edvard Seppälä avasi ensimmäisen liikkeensä. Tänä päivänä Seppälä tunnetaan trendikkäänä muotiketjuna, joka pyrkii uudistumaan muodin mukana. Porvoosta löytyy kaksi Seppälän myymälää, joista toinen myymälä on keskittynyt vain naisten muotiin (seppala, 2012). Seppälän hyvä valikoima, unohtamatta isoja tyttöjä ja edullinen hintataso olivat syitä miksi halusin käyttää heitä yhteistyökumppanina.

Your Face: Suomalainen vaateketju joka on yksi L-Fashion Group Oy:n merkeistä. L-Fashion Oy tunnetaan tänä päivänä erilaisille kuluttajille ja erilaisiin käyttötarkoituksiin kohdennetuista merkeistään: Luhta, Rukka, Icepeak, Torstai, Sinisalo, Ril's, O.i.s, Story, J.A.P ja Your FACE. Laadukkaista materiaaleista ja jännittävästä leikkauksista tunnetulla Your Face:lla on useampi liike Suomessa, joista yksi sijaitsee Porvoon keskustassa. Porvoon myymälä tarjoaa Your Face -merkin lisäksi Ril's- sekä J.A.P -merkin vaatteita ja asusteita sekä kenkiä (luhta, 2012). Aikaisempi työkokemukseni Porvoon Your Face -liikkeessä ja tuotteiden tuntemus olivat syy yrityksen valintaan.

Top Sport: Urheilukauppaketju, joka on vuonna 1975 perustettu suomalainen urheiluja vapaa-ajantuotteisiin erikoistunut myymälä. Porvoon myymälä sijaitsee Porvoon keskustassa, joka tarjoaa vaatteita, kenkiä, asusteita ja välineitä niin urheiluharrastuksiin kuin muodikkaaseen katupukeutumiseen ja vapaa-aikaan (topsport, 2012). Top Sportin Porvoon myymälän tarjonta oli sopiva urheiluasukokonaisuuksiin ja myymäläpäällikön halu tukea naisten iltaa mahdollisesti yhteistyön.

Naprapaatti Sini Marja Heikkinen: Kymenlaakson ammattikorkeakoulusta keväällä 2012 valmistunut naprapaatti on terveydenhuollon ammattilainen. Sini-Marja Heikkisen mukaan naprapatian avulla hoidetaan erilaisia tuki- ja liikuntaelimiin kohdistuvia ongelmia. Hänen mukaansa naprapaatin tehtäviin kuuluu myös ohjata ja tukea asiakasta elämäntapamuutoksissa. Valitsin naprapaatti Sini-Marja Heikkisen, jotta hän saisi uutena yrittäjänä lisämainontaa. Lisäksi hänen luentonsa tuki minun tapahtuman teemaa täydellisesti.

4.2 Mainonnan suunnitteluprosessi

Mainonta on tärkeä osa tapahtuman järjestämisessä. Seuraavaksi avaan omia mieltietäni mainoksen suunnittelusta ja kerron mitkä tekijät vaikuttivat lopulliseen mainokseen.

Tutkimusmenetelmänä tässä vaiheessa toimi semioottinen analyysi. Semiotiikka tutkii merkin käsitettä ja sen avulla haetaan ymmärrystä kohteena olevaan sisältöön. Merkkejä voi olla verbaali, valokuva tai ele, joista tässä mainoksen teossa oli kaksi tärkeää: rusetti ja Marilyn Monroe. (Anttila 2006, 348).

Suunnittelussa lähdin liikkeelle siitä ajatuksesta, että mainos herättäisi ihmisten kiinnostuksen sekä antaisi miellelyhtymän Roosa nauha -kampanjan symboliin vaaleanpunaiseen rusettiin. Symbolilla tarkoitetaan vertauskuvaa: olemme oppineet yhdistämään vaaleanpunaisen rusetin Roosa nauha -kampanjaan. Käytin mainoksessani kyseistä väriä, jotta miellelyhtymä toteutuisi. Havannoiden ympäristöä selvitin tämän olevan tehokkain keino viestittää ihmisille Syöpäsäätiön tukemisesta (Anttila 2006, 358). Kiitos kuuluu aikaisempien vuosien ja kokoajan lisääntyvien vaaleanpunaisen tuotteiden markkinointiin Roosa nauha -kampanjan hyväksi. Esimerkiksi Fiskarsin saksat tuotiin markkinoille vaaleanpunaisina. Myös naisille suunnattuja vaaleanpunaisia työkalupakkeja on tehty Roosa nauha -kampanjan tukemiseksi, joita ostaessaan ihmiset tukevat kampanjaa. Symbolinen viittaus oli näin jo viestitetty markkinoille.

Pyrin vastaanottajakeskeiseen kuva-analyysiin mainosta tehdessä, kokoajan kuvitellen itseni katsojan asemaan. Muistaen, että jokainen kokee kuvan viestit erilaisina (Anttila 2006, 375). Tästä syystä halusin valita edesmenneen näyttelijättären Marilyn Monroen silhuetin mainokseeni, koska hänet yhdistetään yleisemmin kauneuteen ja muodok-

kaaseen kauneushanteeseen. Amerikkalaisen näyttelijättären glamour-henkisyys elää edelleen, vaikka Monroen kuolemasta on jo viisikymmentä vuotta. Marilyn Monroeta pidetään edelleenkin yhtenä muoti-ikonina.

Mietin mitä halusin viestittää tapahtumalla, tarkoitushan oli tuoda tavallisille naisille vinkkejä pukeutumiseensa. Näin ollen olisi ollut aika mautonta esittää mainoksessa huippumallin kokoa 32 silhuettia. Samalla halusin viestittää mainoksella, että jokainen nainen ansaitsee pientä glamouria. Löytämäni Marilyn Monroen sitaatti ”*Your clothes should be tight enough to show you’re a Woman but loose enough to show you’re a Lady*” vahvisti sanallisesti kuvallista viestiä tukien illan teemaa. Ensimmäisissä vedoksissa minulla oli vahva visio vaaleanpunaisesta raidasta. Ideaa mainoksen tekoon hain tutkimalla Internetin välityksellä kuvia mainosjulisteista, mietin mitä sopisi minun teemaani. Hain vinkkejä kuvan ja tekstin sijoitteluun. Tarkastelin mainoksia kriittisesti, arvioiden niiden markkinointikykyä ja kiinnostettavuutta. Kuvassa 8 näkyy kuvakollaasi mainoksista ja Monroen kuvista, joista lähdin ammentamaan omaa visuaalista näkemystä. Niissä oli niitä elementtejä, joita halusin mainokseeni.



Kuva 8. Kuvakollaasi ideoinnin pohjana suunnittelun alkuvaiheessa.(Heinonen 2012)

Alusta alkaen oli selkeää, että halusin käyttää väreinä mustaa, valkoista ja harmaata sekä tehosteena vaaleanpunaista. Pyrin selkeään, tyylikkääseen ja ennen kaikkea

myyvään mainokseen. Marilynin silhuetti oli pitkään mustavalkoinen, kunnes huomasin sen muistuttavan suurennettuna kissan kasvoja tai jotain epämääräistä (ks. kuva 9). Tässä vaiheessa oli vaarana kuvan symboliikan muuttavan merkitystä. Kauniin ja upean sijasta kuva olisi saattanut herättää katsojassa kauhistusta ja inhoa. Tätä ei tietenkään haluttu kuvalla viestiä. Vaihdoin näin ollen kuvan värilliseksi kuvankäsittelyä apuna käyttäen, saaden siitä oman näköiseni (LIITE 3).



Kuva 9. Kuvakollaasi mainoksen erilaisista vaiheista. (Heinonen 2012)

Suunnittelemani pääsylippu noudatti samoja linjoja kuin mainos, mutta siinä pystyin käyttämään Monroen siluettia mustavalkoisena, koska kuvan koko pysyi pienenä (LIITE 4).

Kuvallinen viesti on tärkeä mutta toinen haaste on saada teksti kertomaan samaa sanomaa kuin kuva. Mainos ei mielestäni toimi jos se sisältää liikaa informaatiota.

”Keep it simple” -ilmaisu oli mielessäni koko työstön ajan. Yksinkertainen on kaunista, kaikilla osa-alueilla.

Tulostettavan paperin valinnalla on oma merkityksensä. Palaan jälleen sanattomaan viestiin ja paperin valintakin on yksi sellainen. Tyylikäs puolikiiltävä mainostarkoitukseen valittu paperi kertoo ammattimaisuudesta. Valitettavasti oli kuitenkin tyydyttävä A4 -paperikokoon käytännön tulostusmahdollisuuksien takia.

5 STAILAUSKOKONAISUUDET

5.1 Asukokonaisuuksien lähtökohdat

Lainatakseni edesmennyttä sosiologin Georg Simmelin sanoja: ”Muoti ei koskaan ole – se on pyrkimys. Se on tulossa koko ajan, mutta tuloksena sitä ei enää ole. Muodit kuolevat mutta muoti pysyy” (Simmel 1986, 13). Vaatemuodista puhuttaessa muodikkaimmat elementit tulevat ja menevät nopealla syklillä. Tutut elementit vuosikymmeniltä nousevat pinnalle aina tietyn väliajoin. Näitä elementtejä muunnellaan nykyhetkeen sopiviksi.

Syksyn 2012 vaatemuotivirtaukset palasivat 60-luvun tunnelmiin graafisiin leikkauksiin, voimakkaisiin väreihin. Mustavalkoisuus ja kuoseilla leikkiminen oli taas hyvin pinnalla. Hain inspiraatiota ja tunnelmia tutkimalla useita Internet -lähteitä asukokonaisuuksiin. Kokosin syksyn trendeistä kuvakollaasin (kuva 10) johon rajasin itselleni elementit, joita halusin käyttää naisten illan asukokonaisuuksissa. Valintoihin vaikutti suuresti myös yhteistyökumppaneiden tuotevalikoima ja yritysten toiveet esiteltävistä tuotteista.

Naisten illan trendivinkit koostuivat: murretusta oranssista, tekoturkiksista, kimalluksesta sekä pirteän sporttisista urheiluvaatteista. Urheiluvaatetuksessa leikiteltiin väreillä ja huomioitiin vaatteiden tekniset ominaisuudet urheilutilanteen mukaan. Arkivaatetuksessa huomioitiin monipuolisuus ja vaihdeltavuus arjesta juhlapukeutumiseen.



Kuva 10. Kuvakollaasi syksyn trendeistä sekä hiusmuodin pääpiirteet. (Heinonen 2012)

Tyylisuunnittelussa eli asukokonaisuuksien suunnittelussa on tärkeää huomioida ihon väri, vartalonmuodot sekä hiustyyli. Suunnittelussa haetaan tyylikästä asukokonaisuutta persoonallisuutta unohtamatta (Pooser 1988, 9). Mielestäni trendikäs asukokonaisuus rakentuu ihmisen persoonan ympärille, trendikästä on korostaa omaa persoonallisuutta luoden näin oman tyylin. Tätä päivää on löytää omalle persoonallisuudelle sopivat muotivinkit tai pyrkiä poimimaan tarjonnan kirjosta itselleen sopivat (Bear 2012, 18).

Stailauskokonaisuudella tässä työssä tarkoitetaan malleille suunniteltuja kokonaisuuksia, jossa olen huomioinut myös hiusmuodin trendit suunnittelemalla jokaiselle

mallille kampaukset sekä ehostukset täydentämään asukokonaisuutta (ks. kuva 10). Kokonaisuuksiin kuului myös tarkoin harkitut asusteet, kuten laukut, kengät sekä korut.

Tavallisesti kaupallisessa muotinäytöksessä pyritään valitsemaan asukokonaisuudet sen mukaan mikä on kulloinkin trendikkäin. Tässä näytöksessä oli tarkoitus löytää jokaiselle neljälle naiselle heidän omaan persoonaansa sopivat kokonaisuudet. Minun haasteeni oli sovittaa samaan yhtälöön oma visioini, yrityksen tarjoamat vaihtoehdot sekä tyydyttää malleina toimineiden kaunottarien toiveet. En halunnut tehdä tästä työstä liian helppoa itselleni, siksi halusin löytää kaikki miellyttävät kokonaisuudet.

5.2 Hillitty, klassinen ja hienostunut Jaana

Jaana on 27-vuotias, näyttävä pitkävärtinen nainen, jolla on kaunis ryhti ja klassinen tyyli. Jaana toimii toimistotyössä, joka vaatii korrektin pukeutumisen. Jaana ei kuitenkaan tahdo näyttää liian jäykältä tai ikäistään vanhemmalta. Hän pitää selkeistä linjoista ja laadukkaista materiaaleista sekä yksinkertaisista kokonaisuuksista. Jaanaa haastatteleamalla tutkin ja analysoin mitkä ovat ne tärkeät asiat, jotka tulee huomioida hänen asukokonaisuudessa. Vartalotyyppiltään hän on niin kutsuttu kulmikas päärynä, jota pukee parhaiten selkeät linjat (Spillane 1991, 78.)

Hänen yllään näkee kuulemma usein vain mustaa, valkoista ja vaaleanruskeaa. Lähdinkin ehdottamaan hänelle värien käyttöä. Murrettu oranssi oli täydellinen Jaanan ihonväriin ja helppo lisäys arkeen kuin juhlaan. Kuvassa 11. näkyy kuvakollaasi Jaanalle valituista kokonaisuuksista naisten iltaan.



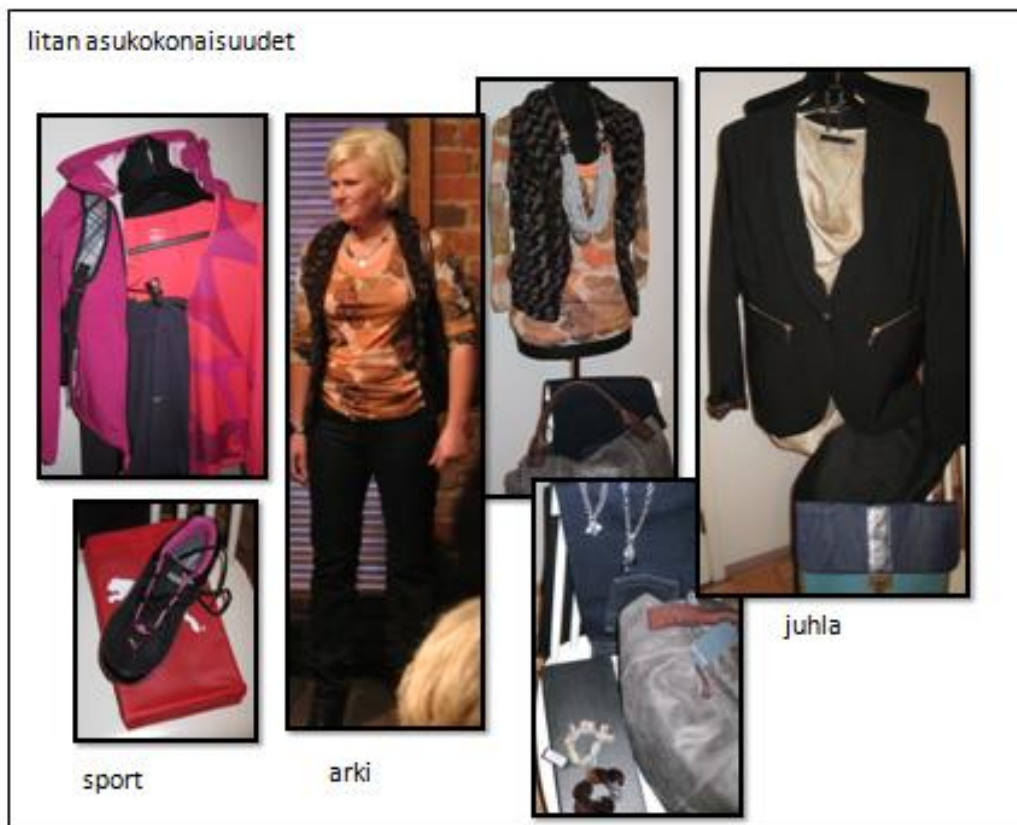
Kuva 11. Kuvakollaasi Jaanasta vaatesovituksissa. (Heinonen 2012)

Jaanan asukokonaisuudet arkeen ja juhlaan löytyivät Your Face -liikkeestä. Valitsin liikkeen Jaanalle, koska tiesin aikaisemman työkokemuksen perusteella Your Face -liikkeen tarjoavan Jaanan tyyliin sopivat asut, korut ja kengät. Perusidea oli saada toimiva kokonaisuus, joka muuntuu pienillä vaihdoilla arjesta iltajuhlaan. Jaanan työnkuvaan kuuluu usein illalla tapahtuvat yrityksen edustusjuhlat. Tämä mielessä piti suunnitella hänelle kokonaisuuden, johon tuotiin perusjakkupukuun särmää murettulla oranssilla. Mustan jakun alle piristeenä toimi pusero, joka muuntui myös neuletakin alta korujen avulla juhlaan. Kengillä oli myös tärkeä osuus Jaanan asukokonaisuudessa. Arkeen ja toimistoon valitsin matalapohjaiset kengät, jotka olivat trendikästä eläinkuosisilliset. Näin saatiin rikottua perinteistä toimistopukeutumista. Selkeä kokonaisuus, johon pienillä lisäyksillä tuotiin Jaanan kaipaamaa lisämaustetta. Jaanalle suunnittelin helpon ja nopean iltakampauksen, jonka kuka vaan puolipitkähiuksinen nainen pystyy itse loihtimaan. Trendikäs niskanutturakampaus ja kenkien vaihto muuttui avokkaiisiin muutti Jaanan asutyylin iltamenoihin sopivaksi.

Vaikkakin suunnittelin kokonaisuuden Jaanalle sopivaksi, pystyi kuka vain pitkävärtinen toimistotyöläinen noukkimaan vinkit itselleen. Liikunnallisena naisena Jaanalle kerättiin sporttiseksi asukokonaisuudeksi pirteän pinkkinen juoksuasu, jossa tärkeää oli huomioida oikeanlaisen juoksukengät. Kokonaisuus kerättiin Top Sport myymälästä.

5.3 Räväkkä, eloisa ja rohkea Iita

Iita on puhelias monitoiminainen, joka ei ole hetkeäkään paikallaan. Iita edustaa neljäkymmenen ikävuoden eloisaa naista. Tyyliiltään Iita on rohkea kokeilija ja vahvojen värien käyttäjä. Pinkki on hänen mieleisin värinsä. Ongelmana Iita kertoi olevan housujen, varsinkin farkkujen istuvuus. Lähdin työstämään kokonaisuutta löytämällä Iitalle istuvat farkut pitäen mielessä hänen vartalolleen sopivimmat linjat. Rohkaisin häntä kokeilemaan trendikästä murrettua oranssia. Näin sain hänet poikkeamaan totuista väreistä. Samalla asukokonaisuuteen tuotiin Iitalle räväkkyyttä tekoturkisliivin myötä. Tällä tavoin saatiin kokonaisuus, joka on jälleen helppo poimia kenen tahansa omaa vaatevinkkivarastoon. Iitan työ liittyy toimistoon, joka vaatii siistin mutta sallii kuitenkin rennon pukeutumisen. Näin ollen jakut ja suorat housut eivät kuuluneet tähän kokonaisuuteen. Rouge Oy lainasi Iitan arkivaatekokonaisuuden, korut ja laukku mukaan lukien. Top Sportista saimme Iitalle sisäliikuntaan sopivat urheiluvaatteet, aktiiviurheilijana laatu ja hengittävyys olivat tärkeät ominaisuudet valinnassa. Kuvassa 12. näkyy Iita ja hänelle valitut asukokonaisuudet.



Kuva 12. Kuvakollaasi Iitan asukokonaisuuksista. (Heinonen 2012)

Iitan ollessa rohkea ja räväkkä persoona, kokosin hänelle Seppälän valikoimista syksyn trendien mukaisen iltajuhlaan sopivan kultaisen ja säihkyvän kokonaisuuden. Iltasussa oli tarkoitus pitää kokonaisuus mustana ja leikitellä kullalla ja kiillolla.

5.4 Sanavalmis, sporttinen, laatu tietoinen Minna

Minna edustaa yli kolmenkymmenen ikävuoden sanavalmista kaunotarta. Minna pitää selkeistä linjoista ja ennen kaikkea arvostaa laadukkuutta. Ajattomuus tuli selkeästi esille Minnaa haastateltaessa. Minna osoittautui kenkä- ja laukkuintoilijaksi. Tämä oli hyvä asia, sillä näillä elementeillä saatiin persoonallisuutta selkeisiin asukokonaisuuksiin.

Minnan kanssa keskusteltuani ja hänen toiveitaan kunnioittaen lähdin urheiluvaatetuksesta hakemaan rentoa kokonaisuutta. Hänelle löysin Top Sportin miesten osastolta urheilupaidan, joka toimii sisä- kuin ulkoliikunnassa. Samalla annettiin esimerkki, ettei aina kannata etsiä vain naistenosastolta sopivia vaatteita. Urheilupukeutumiseen

Minnalle haettiin rentoutta ja erilaisuutta capri -mittaisilla urheiluhousuilla ja pitkävartisilla jokasäänsaappailla. Arkipukeutumisessa pidettiin mielessä pyöreälle vartalomuodolle ominaiset seikat, eli vältettiin liikaa poimutuksia tai pintakuoseja (Spillane 1991, 81.) Minnalle valittiin hyvin istuva tweed -kuosillinen mekko, joka pystyttiin muuntamaan tarvittaessa arjesta juhlaan. (Pooser 1988, 34.) Minnan työ on monipuolinen ja liikkuva, joten hän tarvitsee asuja, jotka on helppo pitää matkassa mukana eivätkä rypisty helposti. Syksyn muotielementeistä poimittiin säihkettä ja kimallusta kenkien ja korujen osalta. Hyvin istuvat mustat housut yhdistettynä mustaan laskeutuvaan puseroon antoi elegantin kokonaisuuden, jossa erityinen huomio annettiin kullatuille korkokengille ja kultaiselle iltalaukulle (Kuva 13).



Kuva 13. Kuvakollaasi Minnan asukokonaisuuksista. (Heinonen 2012)

5.5 Pirteä, siro, tyttömäinen Linda

Linda on siro ja tyttömäinen 23-vuotias opiskelijaneiton. Hänelle lähdettiin hakemaan naisellisuutta ja muotoja pukeutumiseen. Lindan sanojen mukaan haaste hänen pukeutumisessa on istuvuus. Hänen vartalotyyppinsä on lähinnä pehmeä suora, eli siro

ja sporttinen. Vaatteet saattavat helposti roikkua tai saada aikaiseksi poikamaisen vaikutelman. Keijumaisen sirolle Lindalle näin ollen toimi parhaiten kerroksellisuus ja oikeiden materiaalien valinta (Spillane 1991, 76).

Lindalle lähdin etsimään vaateista Rougen valikoimista. Heiltä löytyi Marco Polo -merkkiset vaatteet ja kengät. Taustatyön avulla selvitin kyseisen merkin edustavan pieniä kokoja ja hyviä materiaaleja. Lindalle työstettiin kerroksellinen kokonaisuus, jossa leikiteltiin vöillä ja neuleilla. Vöillä saatiin korostettua vyötäröä ja tuotua Lindalle naisellisuutta. Iltapukeutumisessa kokeiltiin Lindalle 60-luvun henkeen Seppälän kotelomekkoa, jossa idea oli vyötäröä korostava leikkaus. Tämä oli täydellinen valinta Lindan kaltaiselle naiselle. Samalla haettiin vähän rohkeampaa kokonaisuutta lisäämällä kotelomekon seuraksi syksyn trendikkäin varuste: tekoturkisliivi. Linda oli avoin uusille kokeiluille ja lähdenkin hakemaan urheiluvaatetukseen värien ilottelua ja kerroksellisuutta. Kuvassa 14 näkyy Linda ja hänelle suunniteltu asukokonaisuudet.



Kuva 14. Kuvakollaasi Lindan asukokonaisuuksista. (Heinonen, 2012)

Syyt näiden naisten valintaan olivat selkeät. Heillä kaikilla on erilaiset persoonat ja erilaiset vartalotyypit. Heidän avullaan koin pystyväni parhaiten osoittamaan mahdol-

lisimman monelle naiselle vinkkejä pukeutumiseensa. Malleina olleet naiset kokivat yleisiä naisten loihdimia ”ongelmia” vartalossaan, joihin halusin löytää ratkaisut vaatevalinnoilla. Halusin samalla osoittaa heidän avullaan sen, että vaikka olemme erilaisia: pyöreitä, hoikkia tai pitkiä, on meillä silti samat huolet vaatteiden kanssa. Rohkeiden mallieni avulla ja heidän heittäytymiskykynsä ansiosta koin pystyväni saattamaan yleisön samaistuvan heihin. Mallien valintaan vaikutti myös heidän oma innostuksensa olla mukana projektissa.

6 ILLAN KULUN YHTEENVETO

Ennen kuin naisten ilta perjantaina 5.10.2012 pääsi alkuun, tehtiin kuukausien ajan suunnittelua, pohdiskelua ja sovitteluja hyvien asukokonaisuuksien luomiseksi. Luovan suunnittelun lisäksi vaadittiin yhteistyökumppaneiden kanssa tiivistä yhteydenpitoa sähköpostitse sekä kasvotusten. Mallien kanssa pidin yhteyttä Facebook-palvelun kautta informoimalla tasaisesti ohjelman kulusta. Myös henkilökohtaisilla tapaamisilla pääsin havainnoimaan heidän tuntemuksia omasta pukeutumisestaan sekä sanallisesti että heidän kehonkieltään tutkimalla. Hyvän pohjatyön jälkeen perjantai sujui suunnitellusti. Asukokonaisuudet ja muut tarvikkeet vietiin hyvissä ajoin paikan päälle Porvoon Paahtimolle. Puolilta päivin aloitimme avustavien henkilöiden kanssa järjestelmään illan istumapaikkoja Paahtimon yläkertaan, joka oli varattu illan ohjelmalle. Kuvassa 15 näkyy Paahtimon yläkerran tila ennen tapahtumaa ”normaalissa tilassa”.



Kuva 15. Porvoon Paahtimon yläkerta ennen illan järjestelyitä. (Heinonen, 2012)

Iltaa varten olin neuvotellut Rougen kanssa kaikille osallistuville (50 henkilöä) pienet lahjakassit kotiin viemiseksi. Rouge sai näin lisämarkkinointia luontaistuotevalikoimalleen jakamalla pieniä näytepakkauksia tuotteistaan. Tapahtumaan tulijat taas saivat kokea, että heitä on muistettu (ks. kuva 16).



Kuva 16. Avustaja lajittelee tuotekasseja ennen näytöksen alkua (Heinonen, 2012)

Alkuvalmisteluihin kuului myös pukeutumistilan rakentaminen Paahtimon yläkertaan. Kyseinen paikka rakennettiin verhoihin ja niittipyssyn avulla. Tämän pienen tilan avulla teimme mallien kanssa vaatteiden vaihdon.

Mallit saapuivat porrastetusti paikan päälle, kuitenkin hyvissä ajoin ennen tapahtuman alkua. Tein heille kevyen ehostuksen sekä muotoilin heidän hiukset suunnitellun mukaisesti. Samalla kävimme vielä yhdessä läpi ohjelman kulun. Kaikkia jännitti illan aloitus, joten oli hyvä, että olimme pitäneet edellisenä iltana yhteisen palaverin yksityiskohtaisemmin illan kulusta. Olin huomionnut, etten ehdi tehdä jokaista asiaa itse joten olin delegoinut Café Cabriolen tarjoamien kakkujen haun avustajalle.

Kellon lyödessä kuusi, oli sali lähes täynnä väkeä. Ihmisille oli tarjoiltu kuohuvat vaaleanpunaiset juomat tervetulomaljana. Samaan aikaan vaatteidenvaihtopisteessä oli kihelmöivä tunnelma (kuva17). Mallit olivat valmiina urheiluvaatetuksissa odottamassa pääsyä estradille.



Kuva 17. Pukeutumistilassa mallit valmistautuvat urheiluvaateosioon (Heinonen, 2012)

Toivotin ihmiset tervetulleeksi ja kerroin illan kulun, jonka jälkeen päästiin esittelemään mallit urheiluvaatetuksessa. Tämän jälkeen estradin otti haltuun naprapaatti Sini-Marja Heikkinen (kuva 18). Hänen pitäessä pientä luentoaan liikunnan terveystieteistä vaihtoivat mallini arkivaatetukseen.



Kuva 18. Naprapaatti Sini-Marja Heikkinen luennoi yleisölle (Heinonen, 2012)

Aikaa oli 20 minuuttia, tämäkin oli tarkkaan suunniteltu yhdessä Sini-Marja Heikkisen kanssa. Näin hän ehti puhumaan, mutta samalla mallit ehtivät valmistautua seu-

raavaan esittelyosioon. Arkikierroksella oli ideana ensin näyttää jokainen malli erikseen asukokonaisuuksin ja esitellä variaatiot helpoista muunteluversioista.

Kuvassa 19 näkyy Lindan yllä kerroksellinen pukeutuminen arkeen, joka kuitenkin muuntuu pienellä vaivalla vaikka iltaan sopivaksi kuten kuva 20 osoittaa.



Kuva 19. Linda esittelyvuorossa arkipukeutumisen osiossa. (Heinonen 2012)



Kuva 20. Kuvassa Lindan yllä muunneltu asukokonaisuus. (Heinonen, 2012)

Jokaisen mallin kohdalla pyrin poimimaan oleelliset vinkit arkipukeutumiseen. Samalla kun kerroin yleisölle ideoita pukeutumiseen, pyysin heitä esittämään kysymyksiä

tarvittaessa, koska itselleni kokonaisuudet ja niiden tarkoitukset olivat niin selviä, jolloin herkästi olisin saattanut unohtaa kertoa jotain oleellista. Kysymyksillä kartoitin kokoajan, että ihmiset sisäistävät ja saavat irti kerronnastani. Ihmiset esittivätkin tarkentavia kysymyksiä. Näin tunnelma pysyi rentona ja koin olevani lähempänä yleisöä kuin, että yksin olisin tasaisesti puhunut asiani. Kuvassa 21 näkyy, kuinka Jaanan asukokonaisuus täydentyy tarkkaan harkituilla asusteilla ja koruilla.



Kuva 21. Jaanan arkivaatekokonaisuuden esittely. (Heinonen 2012)

Arkikierroksen jälkeen koitti puolen tunnin tauko, jonka aikana Paahtimo tarjosi maukasta kahviaan ja palan Café Cabriolen kakkua halukkaille. Tauon aikana oli tarkoitus ehostaa mallit juhlakierrosta varten. Aikataulua miettiessäni en ollut huomioinut sitä, että ihmiset halusivat jutustella kanssani tauon aikana. Minulla jäi 20 minuuttia aikaa ehostaa mallit sekä katsoa heidän ilta-asunsa kuntoon. Ei mennyt ihan niinkuin suunnittelin. Linda jäi ilman iltaehostusta, mutta onnekseni Lindan osuuteen kuului näyttävä huopahattu ja näyttävät asusteet. Meikki ei siis ollut oleellinen Lindan asukokonaisuudessa. Iitan ja Minnan ehostukset onnistuivat 20 minuutin aikana näppärästi. Jaanan ehostus ja kampaus tapahtui lavalla.



Kuva 22. Jaanalle valmistuu juhlakampauus. (Heinonen, 2012)

Jaanan vaatetus ei vaihtunut arkipukeutumisesta muuten kuin kenkien ja asusteiden myötä. Tarkoitus oli toteuttaa nopea vaihto arjesta iltaan, kuten Jaanalla käytännössäkin työ vaatii. Tein Jaanalle nopean niskanutturin, jonka tekovaiheet kerroin selkeästi yleisölle (kuva 22). Opastin demonstroiden Jaanalle meikinteon tärkeimmät elementit (kuva 23). Asian ydin oli osoittaa naisille, kuinka pienellä saadaan aikaan muutos. Yleisö oli haltioissaan kampauksen helppouden ja näyttävyyden yhtälöstä, joka osoitettiin raikuvien aplodein.



Kuva 23. Kuvasarjassa näkyy meikin vaiheistus sekä Jaanan valmis kokonaisuus (Heinonen 2012)

Juhlapukeutumisen saloihin pureutumisen jälkeen oli aika toteuttaa illan tuotelahjapakettien arvonta, joka oli Rougen lahjoittama (kuva 24). Tämän tarkoituksena oli samalla saada ihmiset antamaan palautetta illasta.



Kuva 24. Mallit ja minä aloittamassa illan tuotepaketin arvontaa. (Heinonen 2012)

Naisten illan päättyi ilta kahdeksan, kuten olin suunnitellut. Kaikki sujui mainiosti ja oli hieno lopettaa näytös hymyileviin ilmeisiin. Katsojat kiittelivät ja osa jäi jatkamaan iltaansa Paahtimon tiloissa. Minulla ja avustavilla henkilöillä alkoi riipeä näytöstilan siivoaminen. Tila piti saada pikaisesti kaikille asiakkaille käytettäväksi. Kaikki vaatteet pakattiin kauniisti, jotta sain palautettua seuraavana aamuna tuotteet yhteistyökumppaneille.

7 OMA ARVIO

Laajan taustatyön avulla kartoitin tapahtuman mahdollisuudet ja pidin tavoitteet realistisina. Tällä tavoin tein mielestäni onnistuneen kokonaisuuden, jossa oli mietitty tarkkaan kaikki kohdat illan teeman ympärille. Yleisö ja yhteistyökumppanit olivat tyytyväisiä illan kulkuun. Tapahtuman mainonta tuki illan ohjelmaa, joka toi tapahtumapaikan lähes täyteen yleisöä. Yleisön ikäjakauma oli 20 - 60-vuotiaat naiset, mikä mielestäni osoitti illan mainonnan tavoittaneen naiset ikään tai kokoon katsomatta, kuten lähtökohtana olikin. Naisten iltaan myytiin 40 pääsylippua eli saimme pääsylippituloista lyhentämättömänä 400 euron summa Roosa nauha -kampanjan hyväksi. Tut-

kimuksen tuloksena yhteistyökumppaneiden tuotteet saivat ilmaista lisämainosta ja mahdollista lisämyyntiä. Observoinnin ja hiljaisen tiedon myötä tavoitin mallien sekä yhteistyökumppaneiden toiveet. Tein mielenkiintoiset asukokonaisuudet tuomalla siihen kykyni toteuttaa myös kampaukset sekä ehostukset.

Tällä opinnäytetyöllä halusin osoittaa niin potentiaalisille asiakkaille kuin itsellenikin kykyni monipuolisena ammattilaisena, joka kykenee organisoimaan tapahtuman, suunnittelemaan mainonnan, kokoamaan asukokonaisuudet sekä juontamaan koko tapahtuman. Koen onnistuneeni siinä, osoitus siitä oli positiivinen palaute suullisesti, että kirjallisesti yleisöltä sekä yhteistyökumppaneilta. Onnistuneella projektilla on generoiva vaikutus, jolla tarkoitetaan että tapahtuma tuottaa uusia ideoita, luo lisäarvoa mukana olleille sekä lisää ammattitaitoa. (Anttila 2001, 151). Tapahtuma lisäsi omaa varmuuttani ja kehitti ammattitaitoani.

Tämän projektin myötä opin paljon asioita, muun muassa sen ettei, kaikkea tarvitse tehdä itse. Tapahtuma antoi minulle paljon pohjamateriaalia seuraaviin projekteihin. Kaikkiin projekteihin kuuluu vastoinkäymisiä, niin tähänkin. Mutta niiden kautta löysin paljon uusia näkökulmia, joita täytyy ottaa huomioon seuraavissa projekteissa. Samalla ammattitaitoni kasvaa.

Uutuusarvona koen tuottaneen tällä työllä tutkiessani uudenlaisesta näkökulmasta naisten illan sisältöä sekä lisäarvoa työlleni tuo Roosa nauha -kampanjan hyväksi kerätty tuotto.

Työ on jo poikinut toivottua jatkoa naisten illan organisoinnin saralla. Lisätutkimusta voisi jatkaa saamillani arvontalipukkeilla, joista ilmenee naisten illassa vastanneiden tiedot sekä vapaat kommentit illasta.

LÄHTEET

Painetut lähteet:

Anttila, Pirkko 2001: Onko se projekti - vai onko? Hamina: Akatiimi Oy.

Anttila Pirkko 2006: Tutkiva toiminta ja Ilmaisu, Teos, Tekeminen. Hamina: Akatiimi Oy.

Bear Mariah 2012: Style - löydä oma tyylisi. Suom. Oksanen Rita. Helsinki: Kustannusosakeyhtiö Tammi.

Häyrinen Eija; Vallo Helena 2008: Tapahtuma on tilaisuus. Tallina: As Pakett.

Juurakko, Arto; Kauhanen, Juhani; Kauhanen, Ville 2000: Yleisötapahtuman suunnittelu ja toteutus. Helsinki: WSOY.

Pooser Doris 1988: Löydä värisi ja tyylisi. Suom. Mäkinen Kirsi. Jyväskylä: Gummerus Oy.

Simmel Georg 1986: Muodin filosofia. Suom. Alanen Antti. Helsinki: Kustannus Oy Odessa.

Spillane Mary 1991: Jokanaisen tyyl- ja väriopas. Suom. Lohman Helena. Porvoo: WSOY.

Tuulaniemi Juha 2011: Palvelumuotoilu. Hämeenlinna: Kariston Kirjapaino Oy.

Internet lähteet:

Café Cabriole. 2012. Saatavissa: http://www.cabriole.fi/cafe_cabriole.htm [viitattu 23.10.2012]

Luhta. 2012. Saatavissa: <http://www.luhta.fi/mxl-fashion/luhtawww.nsf/pages/historia.html> [viitattu 23.10.2012]

Porvoon Paahtimo. Saatavissa: <http://www.porvoonpaahtimo.fi/yritys.htm> [viitattu 23.10.2012]

Roosa nauha. 2012. Saatavissa: <http://www.cancer.fi/roosanauha/roosanauha/> [viitattu 23.10.2012]

Rouge Oy. 2012. Saatavissa: <http://www.rouge.fi> [viitattu 23.10.2012]

Seppälä. 2012. Saatavissa: <https://www.seppala.fi/seppala/tarina> [viitattu 23.10.2012]

Top Sport. 2012. Saatavissa: <http://www.topsport.fi/tietoa-top-sportista> [viitattu 23.10.2012]

Orientoiva kirjallisuus:

Constanine, Susannah; Woodall Trinny 2003: Parhaat puolet esiin. Suom. suomenkielinen laitos. Helsinki: Otava.

Faux, Susie 2000: Tyylikäs nainen. Suom. Pirjo Latvala. Helsinki: WSOY.

Lönnqvist, Bo 2008: Vaatteiden valtapeli, näkymättömän kulttuurianatomia. Suom. Kaisa Haatainen. Helsinki: Gummerus.

Sarvi Leena 2008: Tyyliä ja tarinoita. Helsinki: Books on Demand GmbH.

Orientoivat internet lähteet:

Harpersbazaar 2012. Saatavissa: <http://www.harpersbazaar.com/fashion/fashion-articles/top-fall-2012-trends-new-york>

Telegraph.co.uk 2012. Saatavissa:

<http://fashion.telegraph.co.uk/galleries/TMG9503121/Fashion-trends-autumnwinter-2012-and-how-to-shop-them.html>

Vogue. 2012. Saatavissa: <http://www.vogue.co.uk/fashion/autumn-winter-2012>

Orientoivat suulliset lähteet:

Kautto Maarit 2012. Taidetehtaan Seppälän myymäläpäällikön tapaaminen 24.9.2012

Manninen Tero 2012. Top Sportin myymäläpäällikön tapaaminen 24.9.2012

Orrainen Henna 2012. Your Facen myyjän tapaaminen 22.9.2012

Pokki Linda 2012. Porvoon Paahtimon ravintolapäällikön tapaaminen 18.7.2012

Tähtinen Jaana 2012. Rouge Oy:n myymäläpäällikön tapaaminen 24.9.2012

KUVALUETTELO

- Kuva 1. Viitekehys työn tavoitteista. (Heinonen Enni 2012)
- Kuva 2. Käsitekartta työprosessista. (Heinonen Enni 2012)
- Kuva 3. Projektin vaiheistus. (Heinonen Enni 2012)
- Kuva 4. Projektin aikataulu. (Heinonen Enni 2012)
- Kuva 5. Roosa nauha -rusetti. (cancer.fi 2012)
- Kuva 6. Porvoon Paahtimo (matkailu.porvoo.fi 2012)
- Kuva 7. Kuva Cafe' Cabriolen herkullisista kakuista. (cabriole.fi 2012)
- Kuva 8. Kuvakollaasi mainoksen erilaisista vaiheista. (Heinonen Enni 2012)
- Kuva 9. Kuvakollaasi ideoinnin pohjana suunnittelun alkuvaiheessa. (Heinonen Enni 2012)
- Kuva 10. Kuvakollaasi syksyn trendeistä sekä hiusmuodin pääpiirteet. (Heinonen Enni 2012)
- Kuva 11. Kuvakollaasi Jaanasta vaatesovituksista. (Heinonen Enni 2012)
- Kuva 12. Kuvakollaasi Iitan asukokonaisuuksista. (Heinonen Enni 2012)
- Kuva 13. Kuvakollaasi Minnan asukokonaisuuksista. (Heinonen Enni 2012)
- Kuva 14. Kuvakollaasi Lindan asukokonaisuuksista. (Heinonen Enni 2012)
- Kuva 15. Porvoon Paahtimon yläkerta enne illan järjestelyitä. (Heinonen Enni 2012)
- Kuva 16. Avustaja lajittelee tuotekasseja ennen näytöksen alkua. (Heinonen Enni 2012)
- Kuva 17. Pukeutumistilassa mallit valmistautuvat urheiluvaateosioon. (Heinonen Enni 2012)
- Kuva 18. Naprapaatti Sini-Marja Heikkinen luennoi yleisölle. (Heinonen Enni 2012)
- Kuva 19. Linda esittelyvuorossa arkipukeutumisen osiossa. (Heinonen Enni 2012)
- Kuva 20. Kuvassa Lindan yllä muunneltu kokonaisuus arkipukeutumiseen. (Heinonen Enni 2012)
- Kuva 21. Jaanan arkivaatekokonaisuuden esittely. (Heinonen 2012)
- Kuva 22. Jaanalle valmistuu juhlakampaus. (Heinonen 2012)
- Kuva 23. Kuvasarjassa näkyy meikin vaiheistus sekä Jaanan valmis asukokonaisuus. (Heinonen 2012)
- Kuva 24. Mallit ja minä aloittamassa illan tuotepaketin arvontaa. (Heinonen Enni 2012)

LEHDISTÖTIEDOTE

LIITE 1

KUTSU LEHDISTÖLLE

maanantai 17.9.2012

SUOSITTU NAISTEN ILTA ROOSA NAUHA- KAMPANJAN HYVÄKSI ON TÄNÄ VUONNA

”Ladies night wiht a Stylist”

Tervetuloa Porvoon Paahtimoon, Mannerheiminkatu 2, tiistaina 25.9.2012. klo 10 aamukahville kuulemaan, mitä tänä vuonna Roosa Nauha-kampanjan hyväksi järjestettävä Naisten ilta osallistujille tarjoaa!

”**Ladies night with a Stylist**” Porvoon Paahtimossa perjantaina 5.10. klo 18 alkaen on tapahtuma, jota naiset inspiroivat, jonka naiset toteuttavat ja jonka tuotto ohjataan lyhentämättömänä suomalaisten naisten hyväksi valtakunnalliseen Syöpäsäätiön Roosa Nauha -kampanjaan. Tämän vuoden tapahtuma Roosa Nauhan hyväksi on Paahtimossa järjestyksessä jo kolmas perättäinen!

Lippujen ennakkomyynti aloitetaan 24.9. Porvoon Paahtimolla. Lipun hintaan 10 euroa sisältyy illan ohjelma sekä yhteistyökumppaneiden tarjoamaa syötävää ja juotavaa.

”Nyt on luvassa lämminhenkinen ja vuorovaikutuksessa yleisön kanssa toteutuva näytösilta, joka on suunnattu kaikille naisille kokoon tai ikään katsomatta”, tapahtuman moottori, designer-stylisti Enni Heinonen kertoo. Illan ajatuksena on tarjota ideoita ja käyttökelpoisia vinkkejä niin pukeutumiseen kuin liikkumiseen. Mukana näytöksessä on tuiki tavallisia naisia jotka näyttäytyvät sport-, arki- ja juhlavaatetuksessa.

Tänä vuonna Roosa nauha-kampanjan teemana on rintasyöpä ja liikunta. Siksi illan ohjelmaan on suunniteltu myös napakka tietoisuus liikunnan terveysvaikutuksista. Liikkeellä luennoimassa hyvän asian puolesta on naprapaatti Sini-Marja Heikkinen.

Aamukahvilla kanssanne illan stailausten ja ohjelman tuottaja designer- stylisti Enni Heinonen, Porvoon Paahtimon ravintolapäällikkö Linda Pokki sekä naprapaatti Sini-Marja Heikkinen.

Pyydämme teitä ystävällisesti ilmoittautumaan lehdistötilaisuuteen etukäteen sähköpostitse Enni Heinoselle, enni.heinonen@student.kyamk.fi , puh. 0405165066

ilmoittautuminen viimeistään 21.9.2012

Lämpimästi tervetuloa!

Lisätietoja Roosa Nauha -kampanjasta: www.roosanauha.fi, Anu Kytölä puh. 050 3828968

Tapahtumaa tukevat yritykset: Porvoon Paahtimo tarjoaa tilat, illan kahvit ja kuohuvat, kakut tulevat Cafe' Cabrioletin ihanasta konditoriasta. Illan vaatteet ja asusteet tarjoaa Rouge Oy, Top Sport, Seppälä (Taidetehdas) ja Your Face.

Jätä yhteistietosi jos olet kiinnostunut seuraavista aiheista, ympyröi valinta/valinnat.

hyvinvointi-, kauneus-, **stylisti** -palvelut

NIMI

E-MAIL

PUH.

Vapaat kommentit:

Tietojä ei luovuteta ulkopuolisille tai markkinointiin

"Your clothes should be tight enough to show you're a woman
but loose enough to show you're a lady"
Marilyn Monroe

LADIES NIGHT WITH A *Stylist*



Naisten ilta Roosa nauha- kampanjan hyväksi

Porvoon Paahtimolla

pe 5.10.2012 klo 18-20

Illan teema:

Stailausvinkit urheiluun, arkeen
sekä juhlaan!
TERVETULOA!

Liput ennakkoon Porvoon Paahtimolta: 10 euroa,
lyhentämättömänä Roosa nauha- kampanjalle.

YHTEISTYÖSSÄ:

Naprapaatti Sini-Marja Heikkinen



PÄÄSYLIPPU

Tervetuloa

LADIES NIGHT WITH A *Stylist*
Perjantaina 5.10.2012
Klo 18-20 Porvoon Paahimo

Ohjelmassa on lämminhenkinen ilta, jossa käymme läpi vinkit pukautumiseen, sekä helpot niksit hiuksiin & ehostuksiin.

Esittely
 Urheiluvaatetus
 *

Naprapaatti Eini- Marja Heikkinen
 "liikunnan terveysvaikutukset"

*

Arkivaatetus
 *

Välitauko 80min

*

Ellen kruunaa juhliuvaatetus
 Kenkä tilalle vinkit oikean ja julkiaan!

Yhteistyökä
 Paahimo, Cafe Cahriolo,
 Your Face, Seppälä,
 Kone Oy

*Lipun hinta 10€ menee suoraan
 Roosa nauha -kampanjan hyväksi!*

*"Your clothes should be tight enough to show you're
 Woman but loose enough to show you're a Lady"*
 Marilyn Monroe

