

Aino Kovalainen

Rakkaudella, Aino
Naisten vaatemallisto
Black Moda Oy:lle
Opinnäytetyö
Muotoilun koulutusohjelma


Toukokuu 2014



MIKKELIN AMMATTIKORKEAKOULU

Mikkeli University of Applied Sciences

KUVAILULEHTI

 <p>MIKKELIN AMMATTIKORKEAKOULU Mikkeli University of Applied Sciences</p>	<p>Opinnäytetyön päivämäärä</p> <p>27.5.2014</p>	
<p>Tekijä(t) Aino Kovalainen</p>	<p>Koulutusohjelma ja suuntautuminen Muotoilun koulutusohjelma, vaatetus suunnittelu</p>	
<p>Nimeke</p> <p>Naisten vaatemalliston suunnittelu Black Moda Oy:n Puuvillatehdas tuotemerkille</p>		
<p>Tiivistelmä</p> <p>Opinnäytetyönäni suunnittelin naistenvaatemalliston Puuvillatehdas tuotemerkille. Toimeksiantajana toimi Tamperelainen tekstiilialan perheyritys Black Moda Oy. Puuvillatehdas on Black Moda Oy:n uusi brandi, ja suunnittelemani mallisto toimii osana brandin kehitystyötä. Tavoitteena oli suunnitella kaupallinen, klassinen ja käyttäjälähtöinen mallisto. Pehmeä kaupallisuuteen sekä käyttäjälähtöisyyteen muun muassa teettämällä aiheesta sähköpostikyselyn S-ryhmän, Keskon ja Stockmannin sisäänostajille sekä kartoittamalla kilpailijoita tarkastelemalla eri kauppojen naistenvaatetarjontaa.</p> <p>Suunnitteluprosessin tukena käytin Eckert, Cross & Johnsonin (2000) suunnitteluprosessin mallia, joka on kehitetty teolliseen neulevaatesuunnitteluun. Opinnäytetyöni rakenne noudattelee edellä mainitun mallin sovellusta. Lopullinen mallisto sisältää kahdeksan vaatemallia; paita, tunika, viisi mekkoa sekä college kääntötakki. Malliston suunnittelu sisälsi myös kuosisuunnittelua. Suunnittelin viisi kuosia, joista kaksi otettiin käyttöön tähän mallistoon. Malliston kuositeemoja olivat portugalilaiset kaakelit sekä suomalaiset perinnekäsityöt. Malliston tuotteet on valmistettu erityyppisistä neulosmateriaaleista Black Moda Oy:n tuotantolaitoksella Portugalissa. Malliston tuotteita ja kuoseja ei ole suunniteltu mihinkään tiettyyn sesonkiin, vaan tarkoitus oli että ne ovat ajattomia ja helposti muunneltavissa eri sesonkeihin sopiviksi. Mallistoa tullaan markkinoimaan kuvien ja mallikappaleiden avulla isommille kauppaketjuille sekä pienemmille putiikeille ympäri Suomen.</p> <p>Toimeksiantajan antaman palautteen mukaan mallisto saavutti sille asetetut tavoitteet hyvin. Itsekin olen tyytyväinen toteutuneeseen mallistoon, se on mielestäni samaan aikaan sekä persoonallinen että kaupallinen. Jatkotutkimuksessa voisi selvittää enemmän kuluttajien näkökulmia siitä, minkälaisia vaatteita kaupossa haluttaisiin nähdä ja mikä heidän mielestään tekee tuotteesta klassisen ja kaupallisen.</p>		
<p>Asiasanat (avainsanat)</p> <p>Teollinen vaatetus suunnittelu, kuosisuunnittelu, naistenvaate, mallisto, kaupallisuus, ajattomuus, käyttäjälähtöisyys</p>		
<p>Sivumäärä</p> <p>61 s. + liitteet 5 kpl</p>	<p>Kieli</p> <p>suomi</p>	<p>URN</p>
<p>Huomautus (huomautukset liitteistä)</p>		
<p>Ohjaavan opettajan nimi</p> <p>Satu Kivimäki, Ilona Kauppi</p>	<p>Opinnäytetyön toimeksiantaja</p> <p>Black Moda Oy</p>	

DESCRIPTION

 <p>MIKKELIN AMMATTIKORKEAKOULU Mikkeli University of Applied Sciences</p>		Date of the master's thesis 27 May 2014
Author(s) Aino Kovalainen	Degree programme and option Degree programme in Design Fashion Design	
Name of the master's thesis Designing women's wear collection for Black Moda Oy		
Abstract As my bachelor's thesis I designed a women's clothing collection for the brand <i>Puuvillatehdas</i> . My client was a textile industry family business from Tampere, <i>Black Moda Oy</i> . Puuvillatehdas is a new brand of Black Moda and my collection formed a part of its development work. The aim was to design a commercial, classic and user-oriented collection. To get acquainted with the commercial and user-oriented aspects I carried out an e-mail survey that involved buyers from S-group, Kesko and Stockmann. I also observed the competition by examining women's clothing selections at various stores. As a background for the design process I used the Eckert, Cross & Johnson's (2000) design process model, which was created for industrial knitwear design. My thesis follows an application of the aforementioned model. The final collection includes eight garments; a shirt, a tunic, five dresses and one reversible college jacket. The process also included print design. I designed five different patterns, two of which were used in the collection. The print themes for the collection were Portuguese ceramic tiles and traditional Finnish handcrafts. The products in the collection have been manufactured from different knitted fabrics at Black Moda's production facility in Portugal. The products and prints have not been designed for any specific season, but it was rather intended that they would be timeless and easily convertible for all of the seasons. The collection will be marketed with pictures and samples for the chain stores and smaller boutiques throughout Finland. According to the feedback from the client, I have successfully achieved the goals that were set for the project. I am also content with the final work and in my opinion it is distinctive and commercial at the same time. A more extensive examination could include the consumer's view on what kind of clothes they would like to see in stores and what makes a product classic and commercial in their opinion.		
Subject headings, (keywords) Industrial clothes design, pattern design, women's wear, collection, commercialism, timeless, user- oriented		
Pages 61 (+ attachments 5)	Language Finnish	URN
Remarks, notes on appendices		
Tutor Satu Kivimäki, Ilona Kauppi	Master's thesis assigned by Black Moda Oy	

SISÄLTÖ

1	JOHDANTO.....	1
2	BLACK MODA OY TOIMEKSIANTAJANA.....	1
3	SUUNNITTELUPROSESSIMALLI	3
4	TAUSTATUTKIMUS	7
	4.1 Orientaatio.....	7
	4.2 Kysely aineistonkeruumenetelmänä.....	8
	4.3 Kyselyn laatiminen ja toteutus	8
	4.4 Kyselyn tulokset.....	9
	4.5 Kohderyhmän määrittely.....	10
	4.6 Kilpailija-analyysi	12
5	SUUNNITTELUPROSESSI.....	15
	5.1 Teema ja ideakollaasit.....	16
	5.2 Värikartta.....	19
	5.3 Luonnostelu.....	20
6	MALLIKAPPALEET	26
7	KUOSIT	46
	7.1 Kuosisuunnittelu	46
	7.2 Kaakeli- kuosi	48
	7.3 Pirta- kuosi	53
8	TUOTANTO JA MARKKINOINTI.....	55
9	ARVIOINTI	56
10	POHDINTA	58
	LÄHTEET.....	61

1 JOHDANTO

Black Moda Oy tuli sattumalta vastaan internetissä, kun etsiskelin mahdollisia opinnäytetyön toimeksiantajia. Yritys herätti mielenkiintoni monipuolisuudellaan, joten lähetin yritykselle tiedustelun kiinnostuksesta yhteistyöhön kanssani. Iloisena yllätyksenä Black Moda Oy halusikin sitten tarjota minulle toimeksiantoa, ja kuinka ollakaan muutto Tampereelle oli edessä.

Yrityksellä on kaksi omaa tuotemerkkiä, mm. KELAn äitiyspakkauksista tutut Pikkuset- vauvan- ja lastenvaatteet sekä TheCotton&House, jonka alle tehdään mm. naisten päivävaatteita ja yöasuja, kylpytakkeja ja kodintekstiilejä. Sain valita, haluanko lähteä suunnittelemaan vauvanvaatteita vai naistenvaatteita. Koin naistenvaatemalliston suunnittelun mielenkiintoisemmaksi projektiksi, joten valitsin sen.

Ajanpuutteen vuoksi Black Moda ei ole pystynyt panostamaan omiin tuotemerkkeihinsä ja yrityksellä oli tarvetta henkilölle, joka lähtisi kehittämään näiden tuotemerkkien konseptia eteenpäin sekä suunnittelisi uusia tuotteita. Tarkoitukseni on siis lähteä etsimään uutta suuntaa Black Modan omalle naistenvaatebrändille. Teen mm. kyselyn avulla selvitystä mahdollisesta kohderyhmästä ja siitä, minkälaisia tuotteita naistenvaatemarkkinoille kaivataan. Opinnäytetyössäni kartoitan myös pahimmat kilpailijat ja mietin, miten tuotemerkki pystyisi erottumaan heistä. Kaiken tämän pohjalta tavoitteena on suunnitella kaupallinen ja ajaton vaatemallisto, joka täyttää esille tulleet tarpeet. Apunani suunnittelutyössä käytän Eckert, Cross & Johnsonin (2000) neulosvaatteiden suunnitteluprosessimallista tekemääni sovellusta.

2 BLACK MODA OY TOIMEKSIANTAJANA

Black Moda Oy on suomalainen tekstiilialan perheyritys, joka toimii Tampereella. Keski-Vähälän suku on pyörittänyt tekstiilibisnestä jo vuodesta 1977, mutta nykyisen muotonsa toiminta on saanut vuonna 1996, kun Marko Keski-Vähälä perusti Black Moda Oy:n. Yrityksen tarkoitus on markkinoida ja suunnitella tuotteita, jotka tuotetaan perheen omistamassa tuotantolaitoksessa Portugalissa. Nuorin sisaruksista

Laura Keski-Vähälä toimii tuotepäällikkönä ja Portugalin päässä asioita hoitaa keskimäinen sisaruksista Riikka Keski-Vähälä.

Perheellä on oma tuotantolaitos Cottonhouse, Lda Pohjois- Portugalissa. Oman tuotantolaitoksen ansiosta Black Moda pystyy tuottamaan korkeaa laatua kilpailukykyiseen hintaan sekä nopeilla toimituksilla. Black Moda Oy tarjoaa asiakkailleen tuotannon, suunnittelun ja tuotekehityksen. Tänä päivänä organisaatio työllistää 50 henkilöä.

Yrityksen tuotevalikoimiin kuuluvat erilaiset trikootuotteet ja neulokset, kylpytakit, pyyhkeet, saunatekstiilit, keittiötekstiilit ja kodintekstiilit. (Black Moda Oy 2013.)

En ollut ennen tätä projektia kuullut yrityksestä mitään, joten minut yllätti se, kuinka monen suomalaisen merkin taustalla se toimii. Merkittävin yrityksen yhteistyökumppani on Ratia Brand Co, jonka Ratia-tekstiilien markkinoinnista ja tuotannosta Black Moda vastaa. Yrityksen asiakkaita ovat mm. Sokos, Stockmann, Prisma, Image Wear, Halonen, Kesko ja lukuisat suomalaiset brändit ostavat tuotantonsa Black Moda Oy:lta. (Black Moda Oy 2013.)

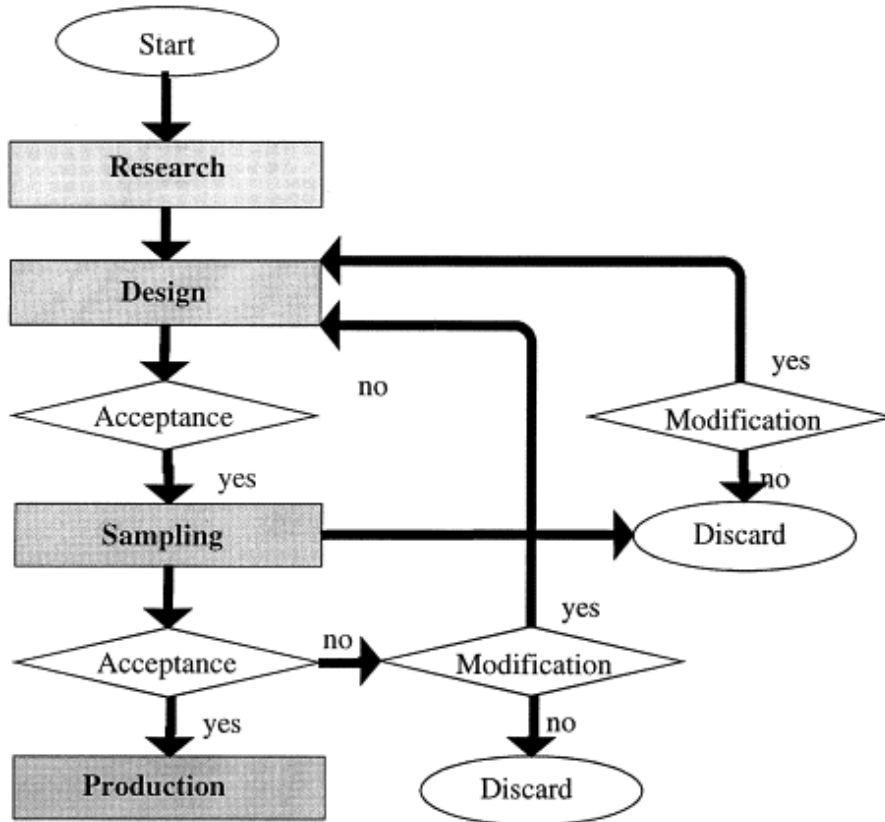
Yrityksellä oli tarvetta suunnittelijalle, joka suunnittelisi uusia tuotteita heidän omille tuotemerkeilleen The Cotton&House ja Pikkuset. Sain itse valita, haluanko suunnitella vauvanvaatteita vai naistenvaatteita. Halusin lähteä suunnittelemaan naistenvaatemallistoa, sillä koen siinä olevan vähemmän rajoitteita. Yrityksen toiveena oli saada klassisia ja kaupallisia aikuiselle naiselle sopivia tuotteita. Malliston haluttiin sisältävän paitoja, tunikoita, mekkoja ja mahdollisesti jokin takki tai neule. Malliston koko tulisi olemaan 5-8 tuotetta. Päädyimme tähtäämään malliston syksyille 2014. Alun perin oli tarkoitus tehdä mallisto keväälle 2014, mutta se olisi tarkoittanut sitä, että malliston olisi pitänyt olla sisäänostajien tarkasteltavana jo elokuussa 2013. Tämä aikataulu osoittautui liian tiukaksi jo ihan tuotannollisista syistä, sillä alkukesä ja syksy ovat tuotantolaitoksella todella kiireistä aikaa, kun tehdään asiakkaiden syys/talvimallistoja sekä joulun myyntiin tulevat tuotteet.

Olen myös mukana rakentamassa yritykselle kokonaan uutta tuotemerkkiä. The Cotton&House tuotemerkestä luovutaan ja tilalle tuodaan uusi tuotemerkki nimeltään Puuvillatehdas, joka olisi imagoltaan enemmän tätä päivää. Nimen ja uuden konseptin

avulla halutaan tuoda esille Tampereen pitkää historiaa tekstiilikaupunkina sekä myös Black Moda Oy:n vaiherikasta ja pitkää tarinaa tekstiilialan yrityksenä. Kokonaisuudessaan tuotemerkkiä ihan alusta loppuun ei rakenneta hetkessä, varsinkin kun kaikilla on myös muita töitä tehtävänä. Uutta tuotemerkkiä pystytään työstämään eteenpäin aina, kun muilta töiltä siihen jää aikaa. Uuden brändin luomiselle on haluttu antaa kunnolla aikaa.

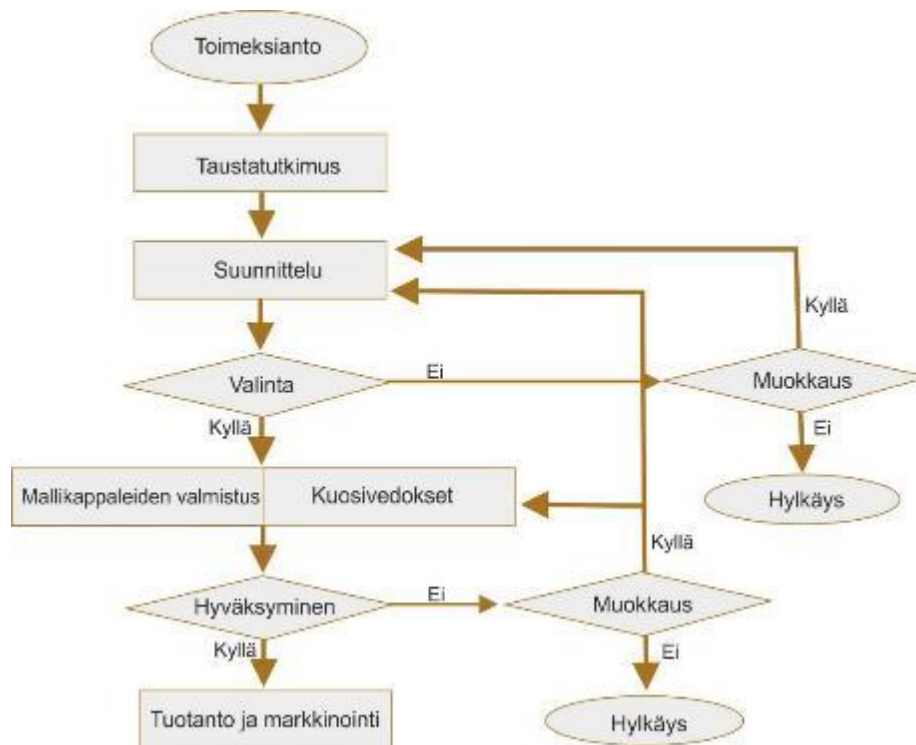
3 SUUNNITTELUPROSESSIMALLI

Apuna projektissa käytän Eckert, Cross & Johnsonin (2000) suunnitteluprosessin mallia (Kuvio 1). Malli on kehitetty neuleyrityksessä tehtyjen havaintojen pohjalta kuvaamaan neulevaatteen suunnitteluprosessia, mutta sitä voidaan käyttää apuna myös muussa tuotesuunnittelussa. Mallin avulla saan prosessin eri vaiheet helposti loogiseen järjestykseen. Suunnitteluprosessimallin mukaan prosessi etenee aloituksesta (start) tutkimiseen (research) ja suunnitteluun (design). Tämän jälkeen kootaan tiimi yhteen palaveriin jossa valitaan mallit (acceptance), osa malleista hylätään (discard) ja osa saatetaan laittaa vielä jatkokehitykseen (modification). Kun valinnat on tehty, on vuorossa mallikappaleiden valmistus (sampling). Kun mallikappaleet valmistuvat, niitä voidaan vielä jatkokehittää, kunnes ne hyväksytään tuotantoon meneviksi (production) tai hylätään (discard). (Eckert ym. 2000,)



KUVIO 1. Neulesuunnitteluprosessimalli (Eckert ym. 2000, 101)

Oma suunnitteluprosessini mukailee Eckertin ym. (2000) mallia melko samankaltaisena. Lisäsin omaan sovellukseeni (Kuvio 2) mallista maininnan kuosisuunnittelusta, koska kuosien ja mallien suunnittelu kulkevat prosessissani käsikädessä. Protojen sijaan kuoseista tehdään koevedokset ennen kuin ne hyväksytään tuotantoon. Lisäsin myös paluureitin protojen ja kuosivedosten hyväksymisestä takaisin protojen ja kuosivedosten valmistukseen, sillä voi olla että esim. mallien mitoituksia tai kuosien värejä pitää muuttaa, mutta uudelle suunnittelulle ei välttämättä ole tarvetta. Oma mallini päättyy pelkän tuotannon sijaan markkinointiin ja tuotantoon, sillä mallistoa tullaan myymään ensin vain kuvallisella tasolla sekä mallikappaleiden avulla ja vasta, kun jokin malli saadaan myytyä, se menee tuotantoon.



KUVIO 2. Eckert, Cross & Johnsonin (2000) suunnitteluprosessimalli (soveltanut Kovalainen, 2014)

Oman prosessini alkoi (start) Black Moda Oy:n toimeksiannolla. Sain toimeksiannon menemällä palaveriin Tampereelle Black Modan Oy:n toimistolle. Palaverissa kävimme läpi mm. yrityksen tarpeet, toiveet, sovimme suunnittelutehtävistäni ja tulevan malliston aikataulusta.

Eckertin ym. (2000) suunnitteluprosessimallin mukaan tutkimusvaiheessa (research) neulosvaatteen suunnittelija hakee tietoa tulevista trendeistä sekä valitsee materiaaleja ja värejä mallistoon. Itse teen taustatutkimusta mm. kyselyn ja kilpailijakartoituksen avulla. Määritän mallistolle kohderyhmän ja teeman. Teen ideatauluja ja niiden sekä teeman pohjalta poimin mallistolle värejä. Itse en kovin laajasti perehdy trendiennusteisiin, sillä tavoitteenani on suunnitella klassisia tuotteita, jotka eivät ole sidoksissa mihinkään aikaan. Trendiennusteiden sijaan pyrin tutkimaan ja löytämään pukeutumisesta piirteitä, jotka ovat olleet vuosi vuoden jälkeen vallalla.

Suunnitteluvaiheessa (design) Eckertin ym.(2000) mallissa suunnittelija kokoaa keräämänsä trendiennusteet ja materiaalinäytteet yhteen ja aloittaa niiden pohjalta suunnittelun. Suunnittelija määrittää suunnittelemansa mallit piirroksin ja tekstein,

minkä jälkeen ne annetaan teknikolle hyväksyttäväksi (acceptation). Itsekin lähen keräämäni informaation pohjalta luonnostelevaan malleja ja kuoseja, mietin väriytyksiä ja materiaaleja. Runsaan luonnostelun jälkeen pyydän toimeksiantajan palaveriin, jossa esittelen luonnokseni ideatauluja ja muuta tutkimusvaiheessa keräämäni taustatietoa apuna käyttäen. Osa luonnostelluista malleista hylätään (discard) ja osa valitaan jatkokehitykseen (modification). Tämän karsinnan jälkeen jatkan vielä mallien ja kuosien suunnittelua tietokoneella, kunnes ne ovat minun ja toimeksiantajan mielestä valmiita lähetettäväksi tuotantoon.

Eckertin ym. (2000) suunnitteluprosessimallissa prototyyppien valmistamisvaiheessa (sampling) teknikat ohjelmoivat neulekuviot koneelle, valmistavat kaavat ja mallikappaleet malleista. Suunnittelija saa mallikappaleet arvioitavaksi. Muutoksia (modification) ja uusia mallikappaleita tehdään niin monta, kunnes lopputulos on suunnittelijan ja teknikon mielestä halutunlainen (acceptance). Osasta malleista ei välttämättä useankaan mallikappaleen jälkeen saada tuotantokelpoisia ja ne hylätään (discard), hyväksytyt mallit pääsevät tuotantoon (production). Oma prosessini tässä vaiheessa etenee suurin piirtein samalla tavalla. Protojen valmistuksen lisäksi tämä vaihe sisältää projektissani myös kuosivedosten valmistuksen ja niiden hyväksynnän. Kun olen saanut mallit kuvallisella tasolla halutunlaisiksi, mitoitatan tuotteet. Tämän jälkeen menen Portugaliin Black Moda Oy:n tuotantolaitokselle, jossa käyn mallit läpi kaavoittajan kanssa. Kaavoittaja tekee kaavat antamieni mittojen mukaan ja ompelimo ompelee prototyypit kankaista, jotka olen valinnut kangasvarastosta sen mukaan, että ne olisivat tunnultaan mahdollisimman lähellä lopullista tuotantoneulosta. Kun prototyypit valmistuvat, saan ne arvioitaviksi. Jos protoissa ilmenee muutostarpeita, teen niistä raportin tuotannolle, jossa tehdään uusi prototyyppi. Kun se vastaa haluttua tuotetta, tehdään vielä viimeinen mallikappale, niin sanottu myyntimiehen näyte, tuotantoneulosta vastaavasta neuloksesta. Tätä viimeistä mallikappaletta Black Moda Oy:n myyjät voivat käyttää mallina sisäänostajien kanssa käytävissä myyntipalavereissa. Osasta malliston malleista tehdään heti pienet tuotantoerät varastoon, mutta osa tuotteista pääsee tuotantoon vasta, jos sisäänostaja haluaa tehdä kaupat. Kaikki malliston tuotteet eivät välttämättä koskaan pääse tuotantoon asti, mutta ne ovat aina olemassa ja käytettävissä.

4 TAUSTATUTKIMUS

Kun työn sisältö oli saatu sovittua toimeksiantajan kanssa, aloitin suunnitteluprosessissani tutkimusvaiheen. Eckertin ym. (2000) mukaan tutkimusvaiheessa suunnittelija hakee tietoa tulevista trendeistä sekä valitsee värejä ja materiaaleja mallistoon. Itse en niinkään perehdy trendeihin, vaan etsin tietoa siitä, mikä tekee vaatteesta kaupallisen ja ajattoman, teettämällä sähköpostikyselyn sisäänostajille ja kartoittamalla kilpailijoita. Lisäksi määrittelen malliston kohderyhmää.

4.1 Orientaatio

Kauppi (2006, 25) kuvaa taustatutkimusta orientaatiovaiheeksi, joka koostuu kolmesta tasosta. Kaksi ensimmäistä tasoa ovat useimmiten näkymättömiä taustatekijöitä, jotka ikään kuin luovat juuret suunnittelutyölle. Ensimmäisen tason muodostavat yrityksen toiminta-ajatus, mallistoideologia, kohderyhmämäärittely, hintataso sekä mahdollisesti väriskaala. Ensimmäinen taso pysyy usein muuttumattomana useita sesonkeja. Itsekin sain niin sanotun lähtölaukauksen (start) omalle suunnittelutyölleni tutustumalla toimeksiantajaani ja keskustelemalla yrityksen kanssa, heidän toiveistaan, mahdollisuuksista ja tavoistaan toimia. Mietin yhdessä toimeksiantajan kanssa minkälaista tunnelmaa lähden luomaan tuotteisiin, minkä hintaisia tuotteiden tulisi olla, minkälainen on tuotemerkin yleinen kohderyhmä sekä muita käytännön asioita. Näin sain suunnittelutyölle pohjan, joka on aina kantavana perustana taustalla, kun lähden suunnittelemaan uusia tuotteita kyseiselle tuotemerkillä. Teen sisäänostajille kyselyn ja kartoitan mahdollisia kilpailijoita. Näin saan vielä lisää aineistoa tulevaa suunnittelutyötä varten. Määrittelen oman mallistoni kohderyhmää elämäntapataulun avulla.

Toinen orientaatiotaso sisältää tulevan malliston koon, aikataulut, tietoa käytössä olevista materiaaleista ja väreistä sekä ideoita vaatteiden linjoista ja yksityiskohdista. (Kauppi, 2006, 25). Tässä prosessissa yllä mainittuja seikkoja puitiin jo ihan ensimmäisessä palaverissa. Päätimme tulevan malliston koon sekä ajankohdan, jolloin sen on määrä päätyä kaappoihin. Yritys myös esitteli minulle, mitä kaikkia materiaaleja minulla on mahdollista käyttää mallistossani ja minkä tyyppisiä

yksityiskohtia yrityksen tuotantolaitoksilla on mahdollista toteuttaa. Sain alkuun hyvin vapaat kädet suunnittelutyölle, sillä yrityksen mahdollisuudet materiaalien ym. suhteen ovat lähes rajattomat.

Kaupin (2006, 25) mukaan kolmannella orientaatiotasolla suunnittelija tuo edelliset vaiheet näkyvään muotoon ideakirjojen, trenditaulujen tai ns. story boardien avulla. Lähdin käytyjen palaverien, kyselyn sekä kilpailija kartoituksen pohjalta keräämään ideakuvia ja miettimään teemaa mallistolleni. Poimin teemasta värejä mallistoon ja kokosin värikarttaa. Pohdin ja tarkastelin mahdollisia materiaaleja mutta en vielä tehnyt mitään päätöksiä niiden suhteen.

4.2 Kysely aineistonkeruumenetelmänä

Kyselytutkimuksen tarkoituksena on saada koottua tietyin kriteerein valitulta joukolta vastauksia samoihin kysymyksiin (Anttila 2005, 260). Kyselytutkimus voidaan toteuttaa joko kvantitatiivisena eli määrällisenä tai kvalitatiivisena eli laadullisena tutkimuksena. Kvantitatiivisessa kyselytutkimuksessa yleisimmin esitetään stukturoituja kysymyksiä satunnaisesti valitulle joukolle, kun taas kvalitatiivisessa kyselytutkimuksessa esitetään enemmän tai vähemmän avoimia kysymyksiä tai keskusteluteemoja valituille yksilöille tai ryhmille (Tilastokeskus 2007). Näitä tutkimusotteita on kuitenkin tarpeetonta asettaa toisilleen vastakkaisiksi. Päädyin toteuttamaan kyselyn avoimella kyselylomakkeella, jonka kysymyksiin vastaajat saivat vastata omin sanoin. Vierastin ajatusta kyselystä, jossa vastausvaihtoehtoja olisi liikaa rajattu. Kvalitatiivisella menetelmällä koin saavani työni kannalta hyödyllisempää tietoa kuin kvantitatiivisia menetelmiä hyödyntämällä esimerkiksi strukturoidumman kyselyn kautta.

4.3 Kyselyn laatiminen ja toteutus

Sain työnantajalta listan, jossa oli seitsemän ostajaa, neljä S-ryhmän, kaksi Keskon ja yksi Stockmannin ostaja. Halusin tehdä kyselyn nimenomaan sisäänostajille siksi, että heillä on ensikäden tietoa siitä, minkälaiset tuotteet ovat myyviä ja mistä markkinoilla mahdollisesti on puute. He myös tekevät päätökset siitä, mitä tuotteita kauppoihin päätyy. Halusin saada selville, mitkä seikat vaikuttavat sisäänostajien ostopäätöksiin.

Valitsin kyselymenetelmäksi sähköpostikyselyn, sillä se oli työni kannaltaärkevin vaihtoehto niin ajallisesti kuin vastaajien tavoitettavuudenkin kannalta. Kyselyn tarkoitus oli saada muutamien ulkopuolisten henkilöiden mielipiteitä ja vinkkejä pohjaksi suunnittelutyölle.

Kysely sisälsi kahdeksan avointa kysymystä (LIITE 1), joiden tarkoituksena oli selvittää, minkälaisena sisäänostajat kokevat kaupallisen ja käyttäjälähtöisen vaatemalliston ja minkälaiset seikat vaikuttavat heidän ostopäätöksiinsä. Kysely ei ollut vastaajien määrän perusteella suuri menestys, mikä on ymmärrettävää, sillä sisäänostajat ovat varmasti hyvin kiireisiä työssään ja heille tulee päivittäin suuria määriä sähköpostia. Sain kuitenkin kaksi vastausta, jotka antoivat riittävän hyvät raamit suunnittelutyölleni.

4.4 Kyselyn tulokset

Koska vain kaksi sisäänostajaa vastasi kyselyyn, mitään kovin laajaa analyysia ei ollut mahdollista tehdä. Kyselyn vapaamuotoisuuden vuoksi en nähnyt tarkoituksenmukaiseksi käsitellä aineistoa kovinkaan sitovassa teoreettisessa viitekehyksessä. Avoimen kyselyn kannalta usein hedelmällisin käsittelyn tapa on antaa aineiston ”puhua itse”. Tässä mielessä väljänä teoreettisena lähtökohtana voisi ajatella olleen aineistopohjaisen teorian, jossa aineisto itsessään ohjaa vahvasti siitä tehtäviä tulkintoja (Anttila 1996, 308-309). Tällainen tulkinnan tapa antoi vapaat kädet kyselyn vastausten käsittelyyn, jonka koin työni kannalta hyväksi asiaksi.

Tavarantoimittajien valinnan perusteena molemmat vastaajista korostivat toimittajan *tunnettavuutta*. Jos merkki on ennestään tuttu ja haluttu, on melko varmaa, että se on myös myyvä. Yhtä tärkeäksi kriteeriksi nousi myös tuotteiden *hinta-laatusuhde*. Tuotteiden laadun tulee olla kohdillaan eikä hinta saa nousta liian korkeaksi. Yleisesti *kokonaisuuden* sanottiin olevan ratkaiseva tekijä, kokonaisuus pitää sisällään mm. tavarantoimittajan luotettavuuden, eettisyyden, itse malliston ja hintatason. Molemmat vastaajista ennustivat menekkiä aikaisemman *myyntihistorian* perusteella. Toteutunutta myyntiä verrataan tavoitteisiin ja näin mietitään paras mahdollinen lopputulos.

Sisäänostajien mukaan suunnittelijan tulisi ottaa huomioon malleissa, väreissä, mitoituksessa ym. ensisijaisesti *kaupallisuus*. *Klassikoita*, ajattomia tuotteita pidettiin myyvinä. Myös *värien* osalta suositeltiin käyttämään klassisia värejä höystettynä pienellä määrällä tehostevärejä. Suunnittelijan pitää olla selvillä mallistonsa *kohderyhmästä*. Jos suunnitellaan esim. aikuiselle naisvartalotyypille, tulee se ottaa huomioon mitoituksessa. Tuotteiden *monikäyttöisyyttä* ja helppoa *yhdisteltävyyttä* pidettiin myös tärkeinä seikkoina. Vastaajat kokivat, että markkinoille kaivattaisiin lisää juuri tällaisia tuotteita.

Sain sisäänostajien vastauksista poimittua hyviä avainsanoja, jotka johdattivat suunnittelutyötä oikeille raiteille ja jotka pyrin pitämään mielessä koko suunnitteluprosessin ajan. Tärkeitä suunnittelutyössä huomioon otettavia seikkoja olivat muun muassa toimittajan tunnettavuus, tuotteiden hinta- laatu suhde, kokonaisuus, kaupallisuus, ajattomuus, monikäyttöisyys ja yhdisteltävyys.

4.5 Kohderyhmän määrittely

Missään ei lue valmiina, millaisista tuotteista tai designista kohderyhmä pitää. Oma intuitio on hyvä väline kohderyhmää mietittäessä. Mistä kohderyhmän ihmiset mahdollisesti pitävät, millainen maku heillä on? Suunnittelijan tulee tarttua johonkin tunteeseen ja tehdä sen pohjalta päätöksiä. (Steed & Stevenson 2012, 78) Kuvaan mallistoni kohderyhmää elämäntapataulun avulla. Kettusen (2001, 81-82) mukaan elämäntapataulu on kohderyhmän visuaalinen kuvaus. Sen avulla pyritään ilmentämään kohderyhmän jäsenten persoonallisia ja sosiaalisia arvoja, elämäntapaa sekä kulutustottumuksia. Yleensä taulu on kuvakollaasi, jonka kuvissa esitetään kohderyhmän pukeutumistyyliä sekä tekemisiä työssä ja vapaa-ajalla. Kuvissa voi esiintyä myös sisustuksia, ympäristöjä sekä kohderyhmän statuksesta kertovia esineitä.



KUVA 1. Elämäntapataulu

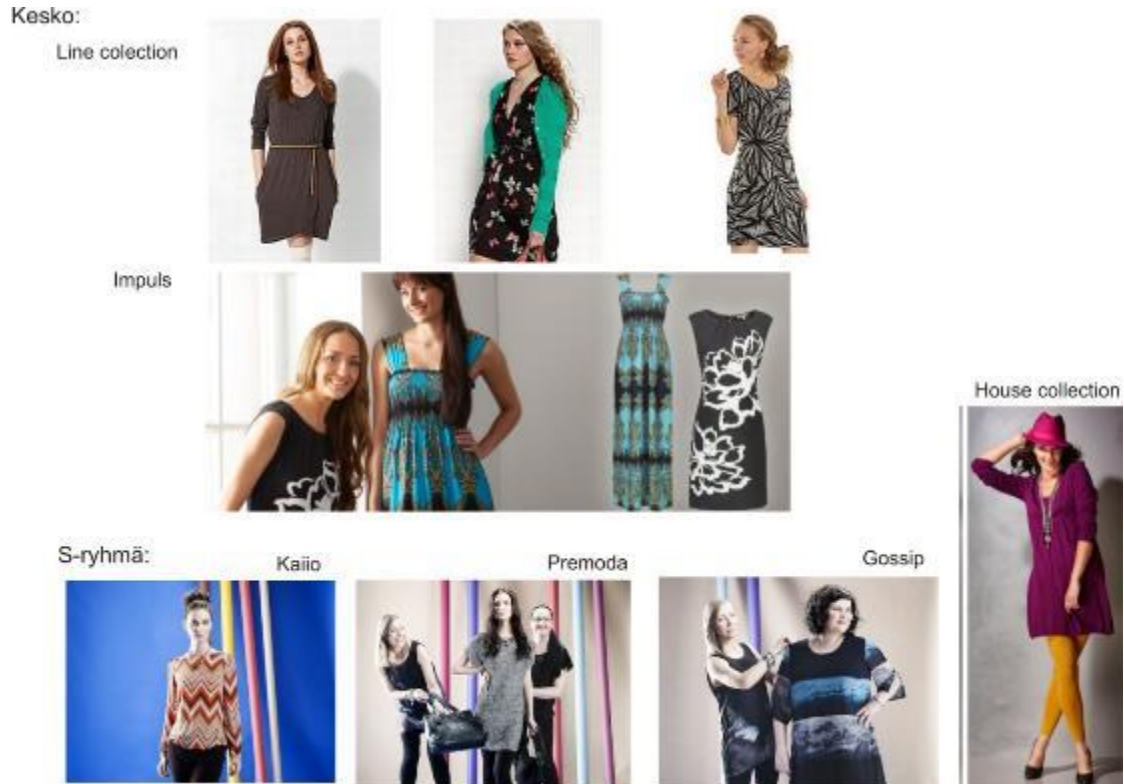
Elämäntapatauluun (Kuva 1) olen etsinyt kuvia, jotka mielestäni kuvaavat malliston kohderyhmän persoonaa. Henkilö, joka ostaa mallistoni vaatteita on näkemykseni mukaan työssäkäyvä keskituloinen 25- 45- vuotias kaupunkilainen nainen. Hän arvostaa pukeutumisessaan ajattomuutta, mukavuutta ja laatua. Materiaalien miellyttävä tuntu ja ulkonäkö ovat tärkeitä, niiden tulee myös olla laadukkaita ja helppohoitoisia. Hän haluaa jossain määrin olla selvillä vaatteidensa alkuperästä ja pitää arvossa sitä, jos tuote on suomalaista suunnittelua ja Euroopassa valmistettu. Kohderyhmän edustaja ostaa monikäyttöisiä helposti yhdisteltävissä olevia vaatteita. Hän ei ole mikään himoshoppaaja eikä halua viettää paljon aikaa vaatekaupoissa. Siksi hän pyrkii hankkimaan vaatekaappiinsa klassisia ja laadukkaita aikaa kestäviä tuotteita, jotka sopivat moneen menoon. Hänen elämäntavalleen on tyypillistä poiketa työpäivän jälkeen tapaamaan ystäviään kahvilaan tai terassille. On tärkeää että, vaatteet sopivat virallisiin työtilanteisiin ja ovat helposti muunneltavissa esimerkiksi käyttämällä asusteita. Koska käyttäjän arki on melko kiireistä, haluaa hän panostaa vapaa- aikaan rentoutumalla esimerkiksi luonnossa ja läheisten seurassa. Käyttäjä

arvostaa klassista muotoilua myös muilla osa- alueilla kuin vaatetuksessa kuten esim. sisustuksessa.

4.6 Kilpailija-analyysi

Kilpailija- analyysin tavoitteena on tunnistaa, jäsentää ja kohdentaa kohdemarkkinoiden profiili. Se sisältää sekä yrityksen ja suunnittelijan näkemyksen siitä, mitkä ovat kilpailevia brändejä, että kuluttajien kokemuksen ja käsityksen kyseisen toimialan brändeistä. (Laakso 2001, 100-101.) Tavallaan kyse on markkinoiden kokonaisvisuaalisen ilmeen arvioinnista eli siitä, mitä suunnittelija on yhdessä toisten suunnittelijoiden kanssa toisistaan tietämättään suunnitellut (Nuutinen 2004, 154). Myös minä lähdin kartoittamaan kilpailijoita yhdessä Black Moda Oy:n tuotepäällikön kanssa tekemällä ”täsmäiskuja” tavaratalojen naistenvaateosastoille sekä Nanson ja Marimekon liikkeisiin. Kävimme läpi kauppojen tarjontaa tarkastelemalla värimaailmaa, kuoseja, malleja ja materiaaleja. Teimme havaintoja siitä, mikä miellytti silmää ja mikä taas ei. Pohdimme myös yhdessä sitä, mitä markkinoilta mahdollisesti puuttuu. Tulimme molemmat siihen tulokseen, että eritoten tavarataloista, kuten Anttila ja Sokos jäivät puuttumaan yksinkertaiset mutta tyylikkää ja mielenkiintoiset helpokäyttöiset vaatteet. Vaaterekeillä oli tarjolla paljon niin sanottua basic- vaatetta, kuten perus t-paitoja sekä niiden rinnalla trendituotteita, joita ei välttämättä tulisi käytettyä sesongista toiseen. Tavoitteenani on suunnitella pintamuodista riippumattomia vaatteita, sillä niiden käyttöikä on muodinmukaisia vaatteita pidempi.

Tavarataloissa pahimmiksi kilpailijoiksi osoittautui tavaratalojen omat merkit (Kuva 4) (Line collection, Impuls, Kaiio, Premoda, Gossip, House collection, jne.), jotka ovat tavaratalojen tuotevalikoimassa etusijalla, ja siksi myymälöihin voi olla hankalaa saada uutta tuotemerkkiä myyntiin. Myymälöiden omat merkit ovat Suomessa suunniteltuja ja ne on suunniteltu sopimaan suomalaiselle naiselle. Puuvillatehdas-tuotemerkin tuotteet voivat erottua edukseen näistä merkeistä mm. eurooppalaisella tuotannollaan ja laadullaan. Myöskään hinnan ei pitäisi vaikuttaa ostopäätökseen, sillä hinnat pyritään pitämään kuluttajaystävällisinä.



KUVA 4. Keskusliikkeiden omia tuotemerkkejä

Pidämme myös Nansoa ja Marimekkoa kilpailijoinamme. Nanson omassa myymälässä käydessämme koimme molemmat, että tarjonta sillä kerralla oli todella lattea (Kuva 5). Värit eivät olleet houkuttelevia, kuosit näyttivät moneen kertaan nähdyiltä ja vaatteiden mallit olivat melko yksitoikkoisia ja jotenkin vanhahtavia. Toki Nansolta tulee vuodessa useita erityyppisiä mallistoja, mutta niiden taso vaihtelee suuresti. Koimme, että meillä hyvinkin voisi olla tarjota kuluttajille lisää vaihtoehtoja Nanson rinnalle. Myös Black Moda tekee korkealuokkaisia ja klassisia neulosvaatteita ja käyttää paljon kuoseja tuotteissaan, jotka ovat hintaluokaltaan samaa tasoa kuin Nansolla. Ero Puuvillatehtaan ja Nanson välillä on mm. se että Puuvillatehtaalle pyritään tekemään tuotteita, jotka ovat ajattomia eivätkä niinkään sidoksissa mihinkään tiettyyn mallistoon. Nanson toiminta on hyvin mallistolähtöistä.



KUVA 5. Esimerkkejä Nanson vuoden 2013 tarjonnasta

Marimekon myymälässä (Kuva 6) taas saimme molemmat monta ”wau”- elämystä. Tuotteiden värimaailma, kuosit ja mallit oikein kutsuivat kiinnostavuudellaan luokseen tutkimaan ja hipelöimään tuotteita. Vaatteiden mallit olivat klassisia menettämättä mielenkiintoaan. Marimekko on kuitenkin hintaluokaltaan kallis. Jäimmekin pohtimaan, miten markkinoille saataisiin yhtä houkuttelevia tuotteita hieman kukkarolle ystävällisempään hintaan. Koimme että meillä olisi resursseja tuottaa vastaavaa laatua Black Modan laajan tuotantolaitos verkoston ansiosta. En kuitenkaan ole lähdössä kopioimaan Marimekkoa tai mitään muutakaan tuotemerkkiä. Haluan luoda Puuvillatehdas- tuotemerkille oman klassisen tyylin ja tarjota kuluttajille enemmän vaihtoehtoja heidän pukeutumiseensa.



KUVA 6. Esimerkkejä Marimekon inspiroivista tuotteista

Tavoitteena on tehdä mallistosta kustannustehokas. Pysin rakentamaan malliston, jossa olisi klassisia elementtejä/ tuotteita, jotka voisivat soveltua myyntiin myös kymmen vuoden kuluttua. Nykypäivänä yritykset käyttävät hyvin paljon resursseja suunnitteluun ja mallistojen rakentamiseen avaamalla painoseuloja uusia kuoseja varten ja tekemällä kaavatyötä. Mallistotyö tehdään vähintään kaksi kertaa vuodessa, ja jos joku mallisto ei myy hyvin, hyvin harvoin se tuodaan esille uudestaan. Suunnittelemalla yksinkertaisia klassisia malleja sekä kuoseja, joiden ilmettä saa helposti muutettua väriä vaihtamalla vuodenaikaan sopivaksi, yritys säästää tuotantokustannuksissa.

5 SUUNNITTELUPROSESSI

Eckertin ym. (2000) suunnitteluprosessimallin mukaan suunnitteluvaiheessa (design) suunnittelija aloittaa suunnittelun tutkimusvaiheessa (research) keräämässä materiaalin pohjalta. Lähdin suunnittelemaan mallistoa toimeksiantajan kanssa käytyjen keskustelujen, kyselystä saamieni vastauksien sekä kilpailijakartoituksen pohjalta. Seikkoja, jotka nousivat taustatutkimusvaiheessa esille usein, olivat muun

muassa laatu ja pitkä käyttöikä, klassisuus, ajattomuus sekä helppo puettavuus ja helppo yhdisteltävyys.

5.1 Teema ja ideakollaasit

Ensimmäisiä kertoja, kun keskustelin Black Modan tuotepäällikön kanssa malliston tunnelmasta ja teemoista, toiveina nousivat esille graafiset kuosit, toisaalta kuoseihin toivottiin myös yksityiskohtia. Pitkän monivaiheisen pohdinnan jälkeen kuosimaailman teemoiksi nousivat suomalaiset perinnekäsityöt sekä portugalilaiset kaakelit. Suomalaisissa perinteisissä kirjontatöissä on paljon pieniä yksityiskohtia, myös portugalilaiset kaakelit ovat hyvin koristeellisia ja monet myös erittäin graafisia. Tämä teema tuntui mielekkäältä myös siksi, että Black Moda on suomalais-portugalilainen yritys ja halusimme tuoda molemmista kulttuureista jotain tähän mallistoon. Malliston vaatteiden toivottiin olevan malliltaan melko yksinkertaisia niin, että kuosit tulisivat hyvin esille. Kuoseilla vaatteisiin tuotaisiin kiinnostavuutta.

Vaatesuunnittelijat usein luovat mallistolleen tarinaa erilaisten kuvakollaasien avulla. Kollaaseihin valitaan intuitiivisesti kiinnostavia ja ideoita herättäviä kuvia. Kuvat voivat esittää mitä tahansa aihetta, joka suunnittelijassa itsessään herättää ideoita. (Nuutinen 2004, 155- 156.) Olen kerännyt kuvakollaaseihin kuvia, joita katsoessa mieleeni on alkanut pulputa ideoita. Kuvissa esiintyy vaatteita ja niiden yksityiskohtia, kiinnostavia tekstiilien pintoja, arkkitehtuuria, kasveja ym.

Yhtenä teemana mallistossani on perinteiset suomalaiset käsityöt. Tavoitteena on suunnitella kuosi tai printti, joka on saanut inspiraationsa suomalaisesta käsityö perinteestä. Tässä kollaasissa (Kuva 7) olen hakenut inspiraatiokuvia mm. perinteisistä kirjontatyyleistä, ja miten niistä löytyviä kuviointeja voisi hyödyntää vaatteessa niin yhtenäisenä kuosina kuin yksittäisinä printteinäkin



KUVA 7. Ideakollaasi nro. 1

Toiseen ideakollaasiin (Kuva 8) olen hakenut inspiraatiokuvia yleisesti kuoseihin liittyen. Erityisesti tässä kollaasissa olen kiinnittänyt huomiota erilaisten kuosien yhdisteltävyydestä toisiinsa. Haluaisin omassa mallistossani käyttää mielenkiintoisia kuosiyhdistelmiä. Kollaasissa on kuvia mielenkiintoisesta arkkitehtuurista sekä pinnoista joista voi hakea ideoita kuosien ja printtien muotoihin. Toiseen kollaasiin etsin myös kukka-aiheisia kuvia, sillä toimeksiantajan ajatuksena oli, että jokin isohko kukkakuosi tai printti voisi olla kiva. Erityisesti olen etsinyt kuvia kolmiulotteisista ja hyvin yksityiskohtaisista kukkakuvioista.



KUVA 9. Ideakollaasi nro. 3

5.2 Värikartta

Tein värikartan (Kuva 10) käyttämällä apunani Pantone TPX-värikarttaa sekä Black Modan omia värikarttakansioita, joista sain poimittua mahdollisesti tulevan mallistoni värimaailmaan sopivia kangastilkkuja ja lankoja. Tarkoituksena on, että mallistoa lähdetään tarjoamaan kaappoihin syksyksi 2014. Toimeksiantajan toive kuitenkin oli, että värimaailma ja mallit olisivat mahdollisimman vuodenaikaan sitoutumattomia, jotta tuotteita voisi markkinoida ja myydä kaikkina sesonkeina. Pienillä värimuutoksilla malliston ilme muuttuu täysin.

Värikartan tekeminen aloitetaan perusvärien valinnalla. Perusvärit ilmaisevat sesongin tunnelmaa ja luovat perustan, jonka varaan kokoelmien väriharmonia rakennetaan. Perusvärit eivät kuitenkaan ole malliston hallitsevimpiä värejä. (Nuutinen 2004, 109.) Mallistoni ensimmäiseen värikarttaan valikoitui paljon enemmän värejä kuin mitä lopullinen mallisto tulisi sisältämään. Valitsin karttaan värejä, joilla saisin mahdollisesti luotua mallistolle haluttua tunnelmaa ja ajattomuutta. Perusväreiksi valitsin mustan, valkoisen ja harmaan. Näiden perusvärien ympärille lähdin

kokoamaan mahdollisimman ajattomia värejä, jotka eivät olisi liian vuodenaikasidonnaisia. Väreiksi valikoitui hyvin syviä ja täyteläisiä värejä kuten tumman violetti, viininpunainen ja sähkönsininen. Näiden lisäksi etsin klassisten värien rinnalle tehoste- eli efektivärejä.

Tehostevärejä käytetään pieninä määrinä muiden värien kanssa. Ne eivät liity väriopillisiin vastaväreihin, vaan niitä käyttämällä sävytetään värikartan muita värejä ja luodaan mallistolle tunnelmaa ja harmoniaa. (Nuutinen 2004, 109.) Etsin tehostevärejä kuosiaiheistamme suomalaiset perinne käsityöt sekä portugalilaiset kaakelit. Suomalaisista perinne käsityöistä hyvin vahvasti esille nousi kirkas punainen ja portugalilaisissa kaakeleissa käytetään paljon kirkkaan keltaista ja sinistä. Näitä värejä halusin pyrkiä ripottelemaan mukaan kuoseihin ja malleihin mallistossani.



KUVA 10. Värikartta

5.3 Luonnostelu

Luonnostelu on visuaalista ajattelua. Luonnos ei ole vielä valmis idea, vaan se kuvaa sitä, mitä ideasta voi tulla. Luonnostelun avulla suunnittelija pystyy taltioimaan ajatuksiaan sekä esittämään ideoitaan ja ajatuksiaan konkreettisemmin esim. tuotekehitysryhmälle, yrityksen johdolle ja asiakkaalle. (Kettunen 2000, 92- 94.)

Aloitin luonnostelun piirtämällä käsin erilaisia paita-, tunika-, mekko- ja takkivaihtoehtoja. Toimeksiantajan toiveena oli, että mallisto tulisi sisältämään ajattomia, helppokäyttöisiä vaatteita. Päätimme keskittyä naisten yläosiin, sillä toimeksiantajan kokemusten mukaan yläosia on helpompi myydä kuin alaosia. Luonnostelin malleja käsin noin parin päivän ajan, kunnes luonnoksia oli useita kymmeniä. Tämän jälkeen kutsuin toimitusjohtajan ja tuotepäällikön palaveriin, jossa esittelin heille luonnokset käyttäen tukena ideatauluja sekä muuta pohjatietoa. Palaverissa heillä oli hankaluuksia tehdä valintoja mallien kesken, sillä heidän mielestään suurin osa malleista olisi ollut jollain tapaa kehityskelpoisia. Saimme kuitenkin määrää karsittua yhdistämällä esimerkiksi samankaltaisten mallien parhaimmat puolet yhteen malliin.

Paitamalleista (Kuva 11) suurin osa oli käyttökelpoisia, mutta mikään ei säväyttänyt ryhmää erityisesti ja niitä piti vielä miettiä lisää. Osassa valituista malleista miellytti printit mutta ei itse malli, ja printtiä ehdotettiin siirrettäväksi johonkin muuhun malliin. Toisissa luonnoksissa taas mallia pidettiin hyvänä mutta printtiä ehdotettiin poistettavaksi. Takkimalli (Kuva 11, oikea alareuna) tuli valituksi rentoutensa ja helppokäyttöisyytensä puolesta. Sen koettiin sopivan moneen tyyliin ja monen malliselle käyttäjälle.



KUVA 11. Valitut paitaluonnokset sekä takkiluonnos

Mekkomalleista (Kuva 12) toimitusjohtaja ja tuotepäällikkö halusivat valita jatkokehittelyyn yhden pitkähihaisen ja yhden lyhythihaisen mallin. Koimme myös, että mallistossa olisi hyvä olla yksi kietaisumallinen mekko, sillä se on helppo saada sopimaan monentyyppiselle vartalolle muunneltavuutensa ansiosta. Luonnoksessa (Kuva 12, oikea yläreuna) olevan kietaisumekkon hihan malli ei kuitenkaan miellyttänyt ja minua kehoitettiin vielä miettimään sitä. Halusimme mallistoon myös yhden tai kaksi väljemmän mallista mekkoa, joissa tulisimme mahdollisesti käyttämään raitaneulosta.



KUVA 12. Valitut mekkoluonnokset

Hylätyiksi mekkomalleiksi (Kuva 13) päätyivät mm. sellaiset mallit, jotka olivat tuotannollisesti haastavia. Black Modan aiempien kokemusten mukaan tuotteet, joissa on ollut teräväkulmaisia leikkauksia, ovat olleet tuotannollisesti haastavia toteuttaa. Niiden ompelu on hitaampaa ja riskinä on halvan näköinen tuote. Hylätyiksi päätyivät myös mallit, joissa oli yhdistetty painettua neulosta ja samansävyistä yksiväristä neulosta, sillä painettuun kankaaseen on hankalaa saada täysin samaa väriä kuin värjättyyn neulokseen. A- linjainen kuosillinen tunika (kolmas vasemmalta) hylättiin kuosin vuoksi, koska se ei erottunut edukseen.



KUVA 13. Hylätyt mekkoluonnokset

Alla olevia takkiluonnoksia (Kuva 14) ei valittu jatkokehitykseen, sillä ylin malli oli liian aamutakkimainen, alareunan vasemmanpuoleinen liian tylsä ja vanhanaikainen ja kuvassa oikealla alareunassa oleva raidallinen lyhyt jakku ei vaan kerta kaikkiaan sopinut haluttuun Puuvillatehdas- tuotemerkin tyyliin.



KUVA 14. Hylätyt takkiluonnokset

Käsin piirrettyjen luonnosten karsinnan jälkeen jatkoin ideointia tietokoneella Corel draw- ohjelmalla. Tein yksityiskohtaisia tuotekuvia, eli viivapiirroksia saamani

palautteen pohjalta muokkaamalla luonnoksissa olleita malleja toivotun kaltaisiksi ja yhdistelemällä luonnoksissa esiin tulleita yksityiskohtia yhteen tuotteeseen. Näin sain ikään kuin tiivistettyä kokonaisuutta ja vähennettyä mallien määrää. Toisaalta täysin uusia malli-ideoita syntyi vielä tässäkin vaiheessa sitä mukaa kuin vanhoja malleja lähdettiin muokkaamaan. Aloin myös työstää kuoseja tietokoneella ja toin niitä viivapiirroksiin mukaan. (Kuvat 15, 16 ja 17)



KUVA 15. Malli- ja kuosikokeiluja 1



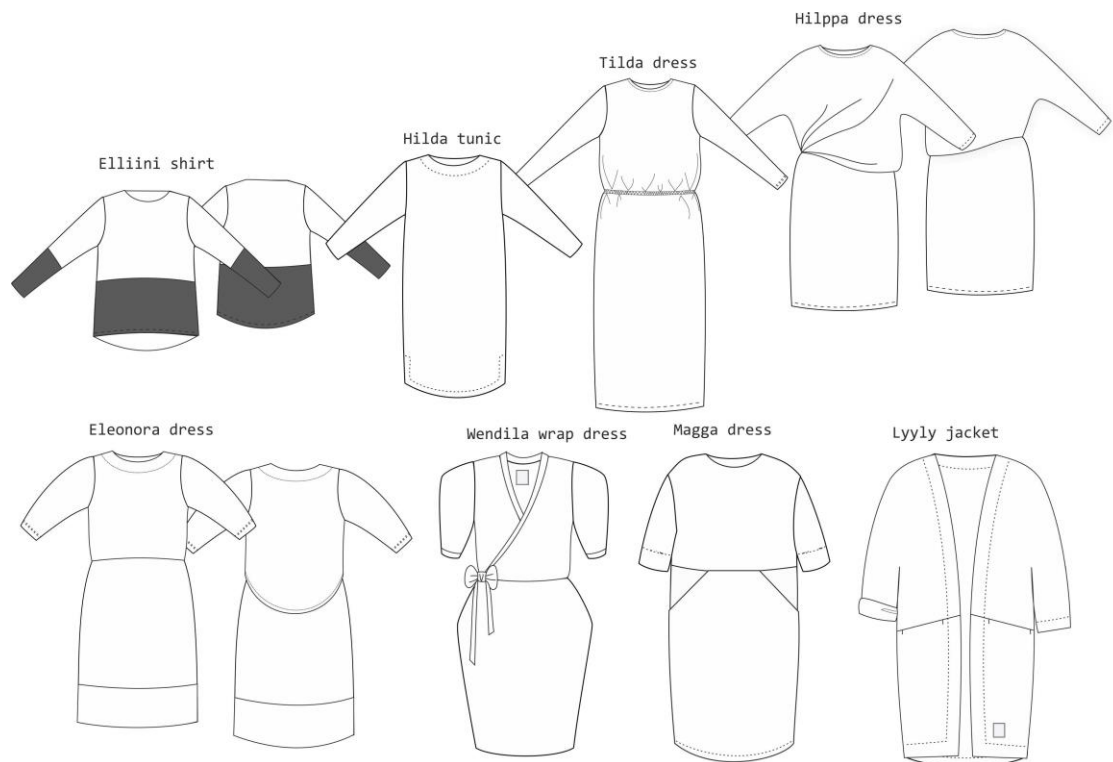
KUVA 16. Malli- ja kuosikokeiluja 2



KUVA 17. Malli- ja kuosikokeiluja 3

6 MALLIKAPPALEET

Jossain vaiheessa suunnittelu on vain pakko lopettaa, vaikka uusia ideoita tulisi lisää, sillä prosessia täytyy viedä eteenpäin. Teimme yhdessä tuotepäällikön ja toimitusjohtajan kanssa valinnat malleista, jotka tulevat mukaan mallistoon ja joista tehdään mallikappaleet (Kuva 18). Tähän ryhmään päätyi lopulta yksi paita, viisi mekkoa, joista yksi on kietaisumekko, yksi tunika sekä yksi collegetakki. Kun valinnat on tehty, voidaan suunnitteluprosessissa siirtyä protojen valmistamisvaiheeseen (sampling) (Eckert ym. 2000, 101). Mitoitin valitut tuotteet, jonka jälkeen annoin ohjeistukset tuotantolaitokselle, jossa tehtiin kaavat ja mallikappaleet. Sen jälkeen sain protot arvioitaviksi. Muutoksia (modification) ja uusia protoja tehdään niin monta, kunnes lopputulos on halutunlainen. Tässäkin vaiheessa osa malleista saattaa joutua hylätyksi, jos ne osoittautuvat esimerkiksi tuotannollisesti liian haastaviksi toteuttaa.



KUVA 18. Mallistoon valitut mallit

Siinä vaiheessa, kun valinnat mallien suhteen oli tehty, oli minun aika lähteä Portugalin tuotantolaitokselle työstämään mallikappaleita. Mitoitin valitut tuotteet käyttämällä apuna Finatexin mittataulukoita (Finatex 2001) ja vertaamalla Finatexin

mittoja Black Modan tuotteissa oleviin mittoihin ja tein niistä oman sovelluksen. Kaikki mallikappaleet tehdään koossa S. Kaavoittaja sarjoo tuotteet eri kokoihin valitsemamme sarjontasäännösten mukaisesti.

Valitsin materiaalit protoihin tehtaan kangasvarastosta. Tässä vaiheessa mietin jo lopullisia tuotantoneuloksia ja pyrin valitsemaan neuloksia, jotka olisivat käyttäytyvyydeltään mahdollisimman lähellä lopullista tuotantoneulosta. Mietin jokaisen mallin kohdalla erikseen, minkä tyyppinen neulos mihinkin malliin sopisi. Täytyi ottaa huomioon mm. kankaan laskeutuvuus, paksuus ja joustavuus. Kangasvaraston valikoima materiaalien suhteen oli kuitenkin rajallinen, ja kaikkiin protoihin ei ollut mahdollista käyttää juuri sen tyyppistä materiaalia, kuin mitä olin ajatellut. Tarkoitus oli kuitenkin tehdä vielä lopulliset mallikappaleet, joihin sain tilata halutun neuloksen neulostoimittajalta.

Pohdimme tuotannon ja markkinoinnin kanssa, mitä materiaalilaatuja meidän tulisi käyttää. Mietimme myös luomukuitujen käyttöönottoa tässä mallistossa, sillä luomupuuvillakuidun kysyntä on kasvanut merkittävästi viime vuosina ja monet suomalaiset brändit suosivat luomupuuvillaa. Kuluttajat ovat kriittisempiä ja ostopäätöksessään ottavat huomioon sekä ympäristömyötäisyyden, mutta myös tuotannon alkuperämaan. Black Moda ei kokenut, että materiaalien tulisi olla luomua. Heidän mukaansa myös luomupuuvillassa piilee riski, ettei luomukuidun tuotantoa valvota tarpeeksi tehokkaasti. Puhutaan, että luomupuuvillaa myydään enemmän, kuin mitä tuotetaan.

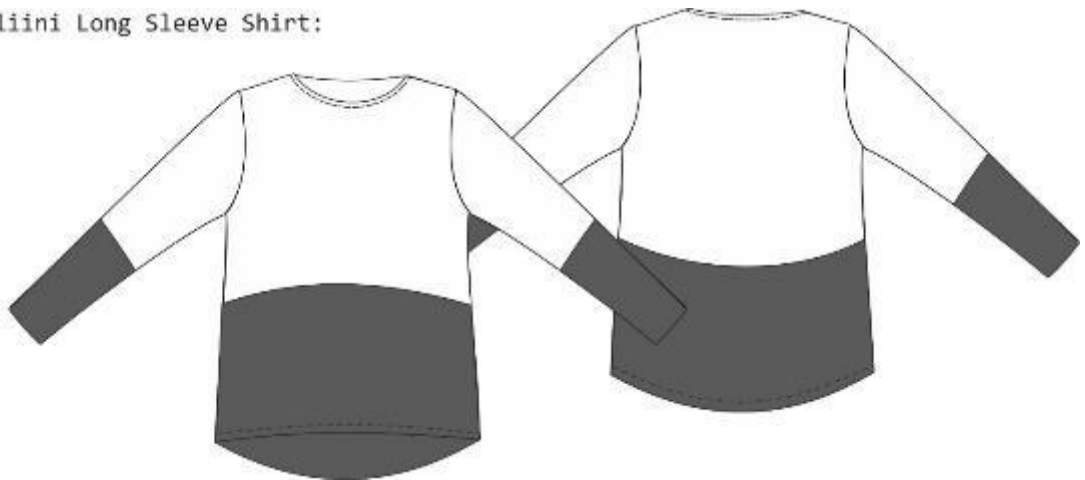
Yritys haluaa sen sijaan tuoda esille eurooppalaisen ja suomalaisen työn. Ekologisten arvojen rinnalle nostetaan työntekijöiden olosuhteet ja kemikaalien käyttörajoitukset, sillä molemmat ovat tärkeitä. Puuvillatehtaan tapauksessa värjäämö ja paino noudattavat 1.6.2007 voimaan tullutta Euroopan unionin kemikaalilainsäädännön REACH-asetusta (Registration, Evaluation, Authorisation and Restriction of Chemicals), joka asettaa vastuun teollisuudelle olla käyttämättä terveydelle ja ympäristölle vaarallisia kemikaaleja tuotannossaan (TUKES 2013). Perheen tuotantolaitoksella Cottonhousella on Öko- tex sertifikaatti, joka myönnetään tekstiileille, joissa ei ole raskasmetalli-, torjunta-aine-, formaldehydi- tms. jäämiä eikä myrkyllisiä tai allergiaa aiheuttavia väriaineita (Kuluttajavirasto 2011).

Tuotantolaitokset sijaitsevat kaikki Portugalissa, jossa työnlainsäädäntö edellyttää, että työntekijöillä on hyvät työolosuhteet ja lain mukaiset palkat. Lisäksi Puuvillatehtaalle myönnettiin Design From Finland-merkki.

Portugalin tehtaalla kävin kaavoittajan kanssa viivapiirrokset ja mitat läpi, minkä jälkeen hän teki kaavat kaavoitusohjelmalla ja tulosti ne. Tämän jälkeen leikkaaja leikkasi vaateen valitsemastani kankaasta ja sitten se ommeltiin. Oli jännittävä hetki saada ensimmäinen mallikappale käsiinsä, sillä en ollut koskaan aikaisemmin suunnitellut ja mitoittanut tuotetta niin, että joku muu valmistaa sen. Yllätyin positiivisesti mitoitukseni toimivuudesta, sillä mitään suuria muutoksia mittoihin ei ole ollut tarvetta tehdä, ainoastaan mallien muotoja on ollut tarvetta korjailta.

Ensimmäisenä valmistui proto paidasta Elliini (Kuva 19). Paidan kohdalla on tarkoitus, että se tulisi olemaan kaksivärinen.

Elliini Long Sleeve Shirt:



KUVA 19. Paidan viivapiirros

Ensimmäinen versio tehtiinkin kahta eri neulosta yhdistämällä (Kuva 20). Valitsin materiaaleiksi harmaata melko ohutta 100% viskoosineulosta sekä 100% puuvillatrikoota. Tämä materiaaliyhdistelmä ei toiminut lainkaan, sillä puuvillatrikoo oli sen verran paksumpaa kuin viskoosi, että alaosa jäi ikään kuin ”pönöttämään” päälle puettaessa. Ikävä kyllä en ei tullut ottaneeksi havainnollistavaa kuvaa tästä versiosta puettuna ihmisen päälle. Paidassa oli muutenkin vielä hiottavaa, sillä esimerkiksi alakappaleen kaaret oli jätetty lähestulkoon kokonaan tekemättä.

Päätimme, että täytyy tehdä toinen proto käyttäen vain yhtä materiaalia, jotta näemme mittasuhteiden toimivuuden.



KUVA 20. Ensimmäinen paita proto

Toinen proto paidasta (Kuva 21) ei sekään ollut täysin halutunlainen. Ensinnäkin ompelimo oli ommellut paidan kaarevan alakappaleen väärin päin niin, että kaaret eivät menneet toivotulla tavalla. Kaipasimme paitaan myös hieman lisää pituutta sekä väljyyttä lantiolle.



KUVA 21. Toinen paita proto

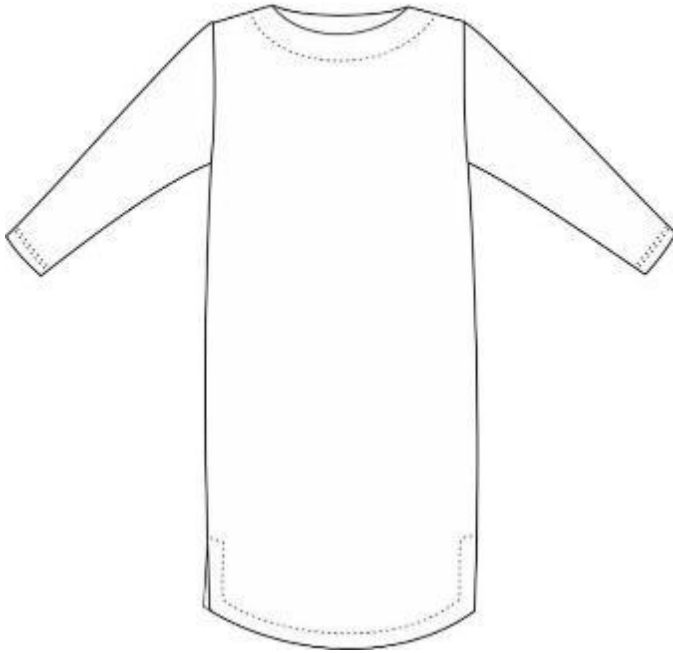
Korjauksien ja haluttujen muutosten jälkeen kolmas proto (Kuva 22) paidasta vastasi paremmin toiveitamme. Muutosten jälkeen paita laskeutuu paremmin ja on mukavampi päällä. Suunnitelmissa on, että paitaa tullaan tarjoamaan ostajille ja valmistamaan sekä yksi- että kaksivärisenä mahdollisen ostajan toiveiden mukaan.



KUVA 22. Kolmas paita proto

Koin, että mallistossa täytyy olla yksi erittäin yksinkertainen pidempihäinen tunikamittainen paita. Niin syntyi tämä hieman munan mallinen trikootunikapaita Hilda (Kuva 23). Se on mielestäni monikäyttöinen vaate, sillä sitä voi käyttää tavallisen paidan tapaan housujen kanssa tai mekkona sukkahousujen tai leggingsien kanssa. Koska malli on hyvin yksinkertainen, on sitä helppo asustaa asusteilla esim. panemalla vötärölle vyön. Olen suunnitellut, että tähän paitaan tulisi pirtanauhoista inspiraationsa saanut raitakuosi.

Hilda tunic:



KUVA 23. Hilda- tunikan viivapiirros

Ensimmäisen Hilda- tunika proton (Kuva 24) muoto ei täysin vastannut toiveita. Halusin muodon olevan pyöreämpi. Takapuolen kohdalta tunika oli liian kireä eikä se laskeutunut hyvin. Lisäsimme pyöreyttä ja väljyyttä sivuille sekä alareunan kaarevuutta, sillä myös tässä mallissa se oli jätetty lähes kokonaan tekemättä.



KUVA 24. Ensimmäinen Hilda- tunika proto

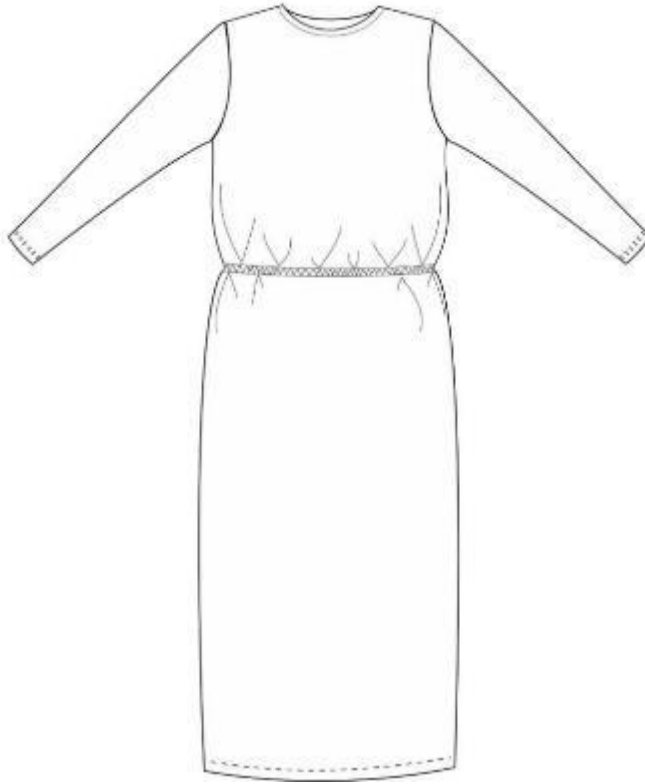
Toinen proto (Kuva 25) vastasikin jo paljon paremmin haluttua mallia. Edelleen kaipasin tosin enemmän kaarevuutta helmaan. Päätimme myös, että koska mallistossa on jo niin monta pitkähihaista tuotetta, teemme tähän malliin vajaamittaiset hihat. Se tuo vaihtelua malliston tuotteisiin ja keventää tunikan ilmettä huomattavasti. Emme kuitenkaan kokeneet tarpeelliseksi teettää näistä muutoksista enää uutta protoa, koska kyse oli niin pienistä muutoksista, ne voi hyvin tehdä lopulliseen mallikappaleeseen.



KUVA 25. Toinen Hilda- tunika proto

Mallistossa on yksi hieman pidemmän mallinen trikoomekko Tilda (Kuva 26). En halunnut tehdä siitä täysipitkää, sillä jos mallisto menee kaappoihin syksyllä, on pohjepituinen mekko käytännöllisempi esim. saappaiden kanssa. Mekon vyötäröllä on kuminauha, jonka avulla saa hieman muunneltua mekon ilmettä laskemalla tai nostamalla vyötärön kohtaa.

Tilda dress:



KUVA 26. Tilda- mekon viivapiirros

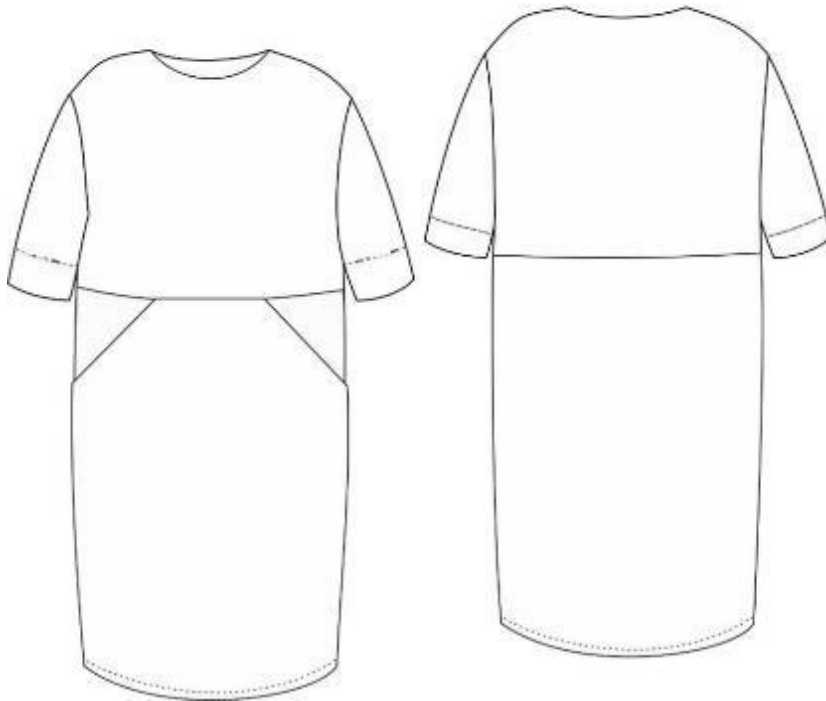
Tilda- mekon ensimmäinen proto (Kuva 27) oli sellainen kuin pitikin. Emme löytäneet siitä mitään korjattavaa. Tätä mekkoa tullaan luultavasti tekemään heti pieni muutaman sadan kappaleen erä varastoon, koska koko tiimi koki sen olevan hyvä perusmekko, joka on helposti myytävissä.



KUVA 27. Tilda- mekon ensimmäinen proto

Taskumekko Magga (Kuva 28) on väljä collegemekko. Siinä on alennetut hihat ja taskut, joissa on raitayksityiskohta. Vaate on todella miellyttävä päällä ja se on mielestäni rennon asiallinen. Pystyn hyvin kuvittelemaan käyttäjän käyttävän mekkoa niin liiketapaamisissa kuin rennoissa iltariennoissakin.

Magga dress:



KUVA 28. Magga- mekon viivapiirros

Taskumekon hihojen osalta kaavoittajan ja minun välillä tapahtui jonkinlainen väärinkäsitys. Tarkoitus oli, että hiha olisi alennettu ja hartialinja pyöristetty. Saamassani ensimmäisessä Magga- mekon protossa (Kuva 29) hartiat oli kuitenkin tehty kulmikkaiksi ja todella leveiksi. Taakse kainaloiden kohdalle muodostui häiritsevän paljon ylimääräistä väljyyttä. Muuten mekko näytti ja tuntui suunnitellulta. Jouduimme tilaamaan Portugalista uuden proton mekosta, sillä hiharakente ensimmäisessä versiossa ei ollut lainkaan halutunlainen (Kuva 30).



KUVA 29. Ensimmäinen Magga- mekkoproto

Pocket dress:



COMENTÁRIOS
 COLECCÃO "AINO" puuvillatehdas

covas estão ok, sitio das covas não altera
 ombros não estão ok, fazem "bico" e devem estar em linha com o ombro e o braço
 costas têm uns "sacos", que se podem dever ao facto de a malha ser muito pesada, mas por outro lado, pode ser do molde
 comprimento e restantes medidas estão óptimas. tamanho será um 5

KUVA 30. Esimerkki raportti halutuista korjausmuutoksista mallikappaleessa.

Halusimme mallistoon yhden kietaisumekon (Kuva 31), sillä havaintojeni perusteella kietaisuvaatteille löytyy oma käyttäjajoukkonsa. Kietaisuvaatteen muunneltavuus

mahdollistaa vaatteen sopivuuden monen kokoiselle vartalolle. En halunnut suunnitella ihan perinteisintä mahdollista kietaisumekkoa, joten lisäsin malliin hieman volyyymiä hihoihin ja lantiolle.

Wendila wrap dress (1):



KUVA 31. Wendila-kietaisumekon viivapiirros

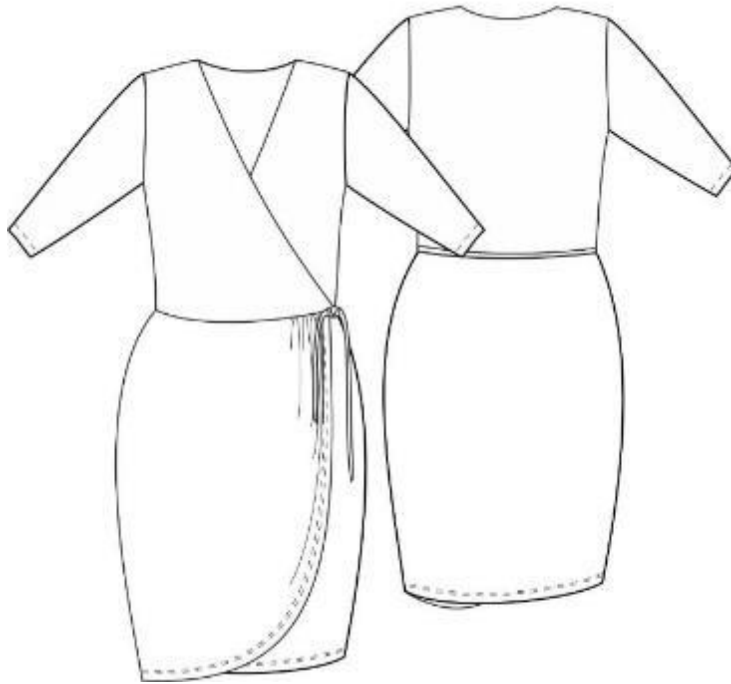
Saatuani mallikappaleen (Kuva 33) tajusin kuitenkin tehneeni virheen mallin suunnittelussa. Lantiolla olevat ulokkeet leventävät lantiota epäedullisesti, enkä usko, että kovinkaan moni nainen haluaa korostaa lantionsa leveyttä varsinkin, jos kyseessä on hieman isompikokoinen käyttäjä. Mallikappale ei muutenkaan istunut parhaimmalla mahdollisella tavalla. En tiedä, jos ulokkeista tekisi vielä huomattavasti leveämmät ja materiaali olisi paremmin laskeutuvaa esim. viskoosia, olisiko lopputulos kauniimpi.



KUVA 33. Ensimmäinen kietaisumekko proto

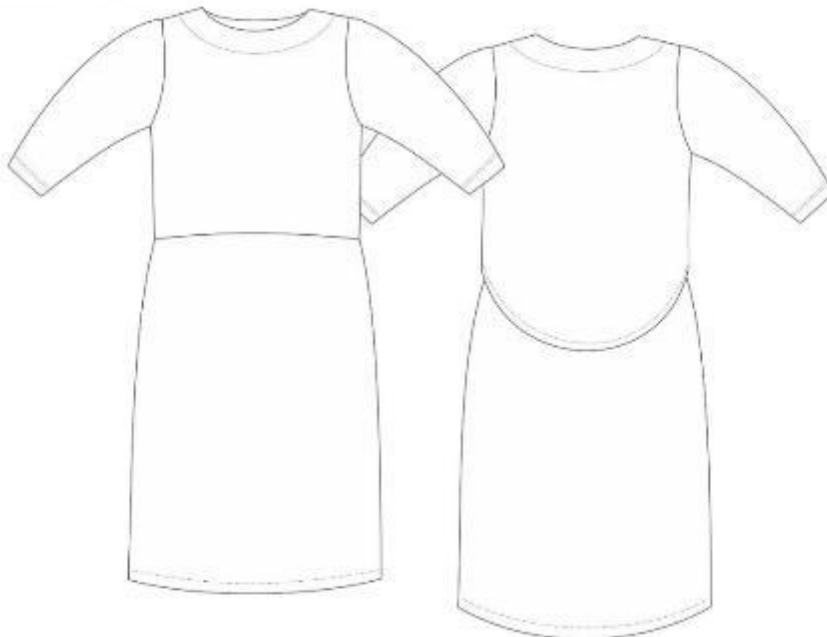
Joka tapauksessa päädyin suunnittelemaan kietaisumekon uudestaan (Kuva 34). Suunnitelin kietaisumekosta melko pelkistetyn, jo ihan sen takia, ettei mekosta tulisi liian kallista toteutettavaksi tuotannollisesti. Olen valinnut mekkoon materiaaliksi kauniisti laskeutuvaa viskoosi/elastaanineulosta ja ajattelin, että vedokset voisivat näyttää kauniilta kyseisessä materiaalissa.

Wendila wrap dress

**KUVA 34. Uusi versio Wendila- kietaisumekosta**

Eleonora- mekko (Kuva 35) syntyi sattumalta siinä vaiheessa, kun aloin kehittää luonnoksia tietokoneella. Se on polvimittainen mekko vajaamittaisilla hihoilla. Erityisenä yksityiskohtana mekossa on takana kerroksellisuutta, kun yläosan helma laskeutuu irrallisena hameosan päälle.

Eleonora dress:

**KUVA 35. Eleonora-mekon viivapiirros**

Mekon malli on sen verran tavanomaisesta poikkeava, että kaavoittaja ei täysin ymmärtänyt visiotani. Ensimmäisessä protossa (Kuva 36) oli paljon korjattavaa. Mekon on tarkoitus olla melko suoralinjainen, 1. proto oli kuitenkin tehty vyötäröltä hyvin kapeaksi ja lantiolta leveäksi. Lisäksi helmojen pyöristyksissä oli jälleen arkailtu, sillä ne oli lähes kokonaan jätetty tekemättä. Proto ei aivan noudattanut annettuja mittoja. Lisäksi mekossa oli jonkin verran hiottavaa ompeluteknillisissä asioissa.

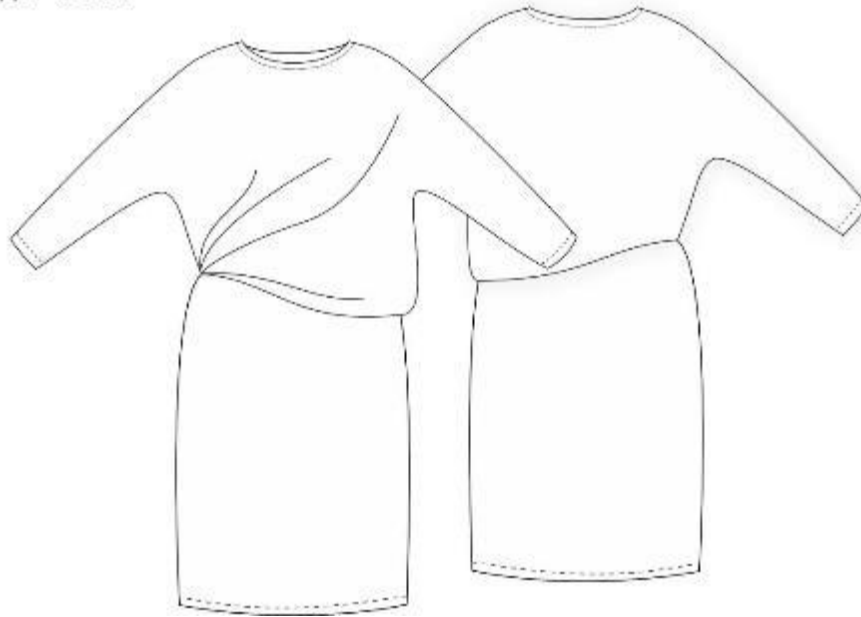
Dress 1:



KUVA 36. Eleonora-mekon ensimmäinen proto, sekä hahmotelmaa halutuista muutoksista.

Hilppa-mekossa (Kuva 37) ideana on väljä lepakkohihainen yläosa, joka laskeutuu tyköistuvan alaosan päälle. Alaosan ei ole kuitenkaan tarkoitus olla kiristävän tyköistuva, siksi mekkoa ei ole mahdollista toteuttaa niin että alaosan kireys nostaisi väljyyden yläosaan, vaan se täytyi toteuttaa tekemällä sauma ylä- ja alaosan väliin. Tuotannon kanssa on ollut haastavaa miettiä, miten nämä osat tulisi kaavoittaa parhaimman lopputuloksen saamiseksi.

Hilppa dress:



KUVA 37. Hilppa-mekon viivapiirros

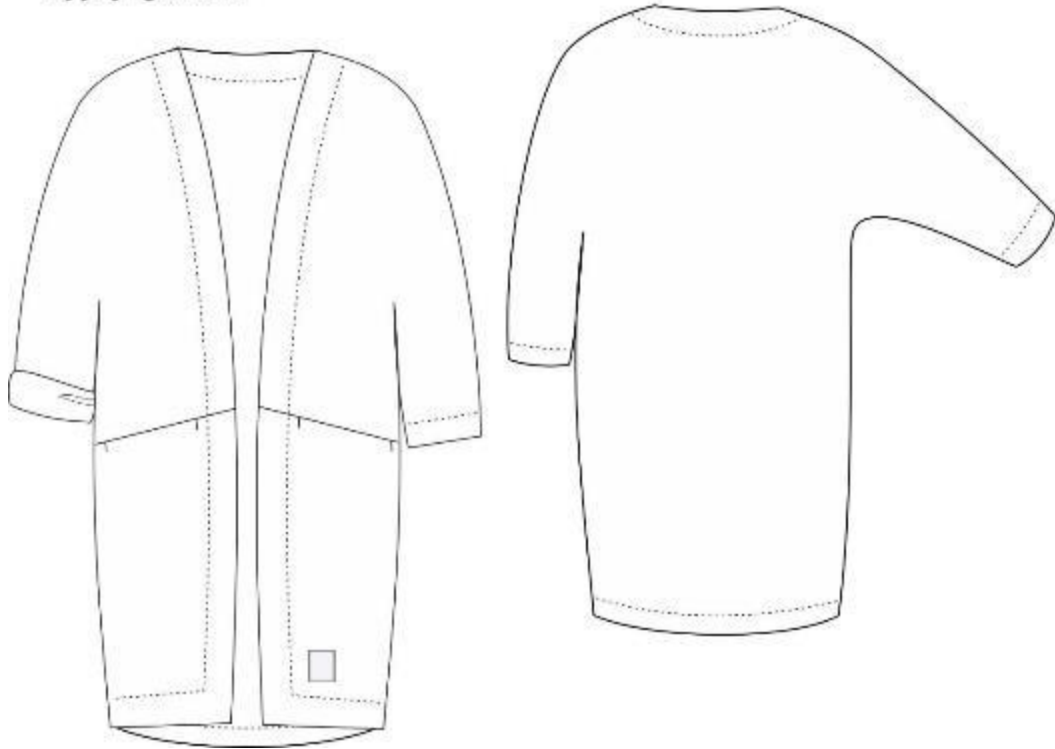
Ensimmäinen proto (Kuva 38) ei istunut kovin hyvin. Vaate ei tuntunut hyvältä päällä, sillä yläosa pyrki valahtamaan toiselta olkapäältä alas. Yläosan väljyys oli haastavaa, ellei täysin mahdotonta asetella niin, että se näyttäisi hyvältä, aina johonkin jäi ruman näköistä kurttua. Vaate ei ole mukava pitää päällä, jos jatkuvasti täytyy huolehtia että laskokset ovat kohdillaan tai olla nykimässä vaatetta paikoilleen. Tässä mekossa on vielä paljon mietittävää ennen kuin sen uskaltaa panna luottavaisin mielin tuotantoon. Tarkoitus on, että malliston vaatteet olisivat helppoja ja mukavia pitää päällä.



KUVA 38. Hilppa-mekon ensimmäinen proto

Ajatus väljästä pyöreän mallisesta college-takista kyti mielessä jo ennen kuin pääsin aloittamaan varsinaisen malliston suunnittelun. Niinpä se oli myös pakko päästä toteuttamaan ja syntyi Lyyly-takki (Kuva 39). Takista muotoutui kääntötakki, kun suunnitteluvaiheessa keksin lisätä siihen raitaneulosvuorin saadakseni takkiin persoonallista lisäilmettä. Mielestäni Lyyly-takki on rennon asiallinen vaate, jonka saa hyvin puettua lämmikkeeksi minkä tahansa mallistossa olevan vaatteen päälle.

Lyyly jacket:

**KUVA 39. Lyyly-takin viivapiirros**

Ensimmäinen proto (Kuva 40) ei vastannut ajatustani takista. Sen pyöreä muoto oli vääränlainen, eikä helman kaaret menneet ajattelemallani tavalla. Epähuomiossa olin jättänyt taskujen paikan mitoittamatta, ja saamassani protossa ne oli sijoitettu aivan liian alas. Päätietä tuli myös kaventaa sivuilta sekä korottaa takaa, sillä tuntui, että takki valahtaa päältä. Toimeksiantajan pyynnöstä lisäsin eteen nauhakiinnityksen, koska pidettiin tärkeänä, että takin saisi jotenkin pidettyä kiinni. Koska ensimmäinen proto ei näyttänyt hyvältä, toimitusjohtaja harkitsi mallin hylkäämistä. Itse kuitenkin uskoin, että jos takkia vielä hiotaan, siitä voi tulla yksi malliston onnistuneimmista tuotteista. Niinpä Lyyly sai vielä jatkaa mukana.

Jacket:



KUVA 40. Lyyly-takin ensimmäinen proto

7 KUOSIT

Lisäsin sovellukseeni Eckertin ym. (2000) suunnitteluprosessimallista, osion kuosisuunnittelulle, sillä suunnitteluprosessini sisälsi vaatemallien suunnittelun lisäksi myös kuosisuunnittelua. Samaan aikaan kun arvioin ja hioin saamiani mallikappaleita, sain myös tarkasteltavaksi koevedoksia suunnittelemani kuoseista. Koevedoksia tehdään jotta kuosien värit ja koot saadaan varmasti halutunlaisiksi tuotantoon.

7.1 Kuosisuunnittelu

Toimeksiantaja toivoi alusta alkaen mallistoon graafisia ja ajattomia kuoseja. Minulle annettiin mahdollisuus myös suunnitella yksittäisiä printtejä, niin sanottuja placeprinttejä, joita voitaisiin painaa vaikka mekkoihin ja paitoihin. Suunnitteluprosessin alussa esittelemieni ideakuvakollaasien pohjalta sain

tehtäväkseni suunnitella kolme eri kuosia. Aiheina kuoseilla olisivat perinteiset suomalaiset käsityöt, suuret kukat/kasvit sekä toimeksiantajan prosessin aikana mieleen tullut teema, portugalilaiset kaakelit. Tein aluksi jokaiseen teemaan liittyen käsin piirrettyjä luonnoksia. Jossain vaiheessa suunnitteluprosessia kukkateema kuitenkin putosi pois, sillä yhteen mallistoon on tuotannollisestikin haastavaa panna niin montaa kuositeemaa. Perinnekäsitiöihin sekä kaakeleihin liittyen tekemäni kuosiluonnokset miellyttivät koko tiimiä sen verran enemmän, että halusin keskittyä niiden työstämiseen.

Värejä suunniteltaessa on tärkeää miettiä kuosin lopullista käyttötarkoitusta. Oikeiden väriyhdistelmien löytyminen oli haastavaa, sillä eri värit vaikuttavat toisiinsa yllättävillä tavoilla. Kuosin eri väreillä on suora vaikutus muun muassa toistensa intensiteettiin, puhtauteen ja laatuun. Väreillä on myös suuri vaikutus kuosin tunnelmaan. Väriä muuttamalla kuosi voi muuttua esimerkiksi keskeneräisen, valmiin, tylsän tai mielenkiintoisen näköiseksi. On tärkeää muistaa, että värit näyttävät ihan erilaisilta katseltaessa niitä päätteeltä kuin mitä kankaalta katseltaessa. Tämän vuoksi suunnittelutyön edetessä tulostin värikokeiluja paperille, jotta sain hieman realistisemmän kuvan värien toimivuudesta. Kaikkia värikokeiluja ei ole mahdollista kokeilla kankaalle koska vedosten teettäminen on kallista ja hidasta. Kun pääsin värien kanssa toivottuun lopputulokseen, etsin Pantone TPX värikartasta vastaavat värit. Tämän jälkeen kuosiraportit ja värikoodit lähetettiin painotalolle, jossa kuoseista tehtiin vedokset. Tässä vaiheessa täytyi myös päättää lopullinen tuotantoneulos.

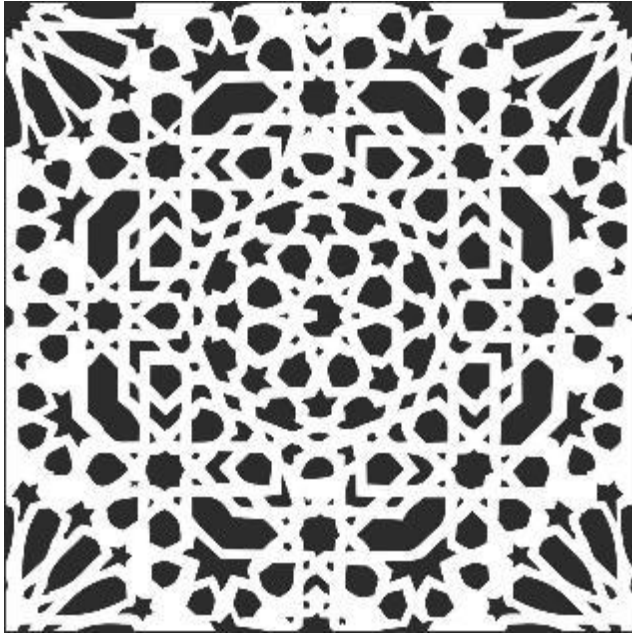
Kuoseja suunniteltaessa on otettava huomioon tuotannolliset rajoitteet. Yleisiä kankaan painomenetelmiä ovat esimerkiksi rotaatiopaino, siirtokuvapainanta, litografia, digitaalinen painotekniikka, laakapainotekniikka ja polttopainotekniikka. Yleisimmin käytetty painotekniikka lienee rotaatiopaino, mutta myös digitaalinen painotekniikka on yleistymässä kovaa vauhtia. Rotaatiopainoa käytettäessä on mietittävä mm. värierotteluja ja värien maksimimäärää sekä tarkkoja raporttikokoja. Raportissa kuosi pitää saada aseteltua tietyn kokoiseen neliöön niin että se toistuu soljuvasti painettaessa. (Russell 2011, 168-169.) Black Modan käyttämässä painotalossa rotaatiopainon käytössä olevat raporttikoot ovat 16 cm x 16 cm, 32 cm x 32, 64 cm x 64 cm sekä 128 cm x 128 cm.

7.2 Kaakeli- kuosi

Kaakeli- kuosi on nimensä mukaisesti saanut inspiraationsa portugalilaisista kaakeleista. Suunnittelin kuosin alusta loppuun käyttäen Corel draw-ohjelmaa. Ideoita kuosiin hain käyttämällä Googlen kuvahakua, hakasanana toimi Azulejo, joka tarkoittaa kaakelia portugaliksi. Tulostimme noin parikymmentä kaakelikuvaa, joista sitten yhdessä toimitusjohtajan ja tuotepäällikön kanssa valitsimme muutaman sellaisen vaihtoehdon, jotka koimme kuvioinneiltaan mielekkäiksi ja hyvin kangaskuosiksi soveltuviksi. Näitä valittuja kuvia apuna käyttäen toteutin kolme kaakeliaiheista kuosia ja kokeilin niille eri värityksiä. (Kuvat 41-47)



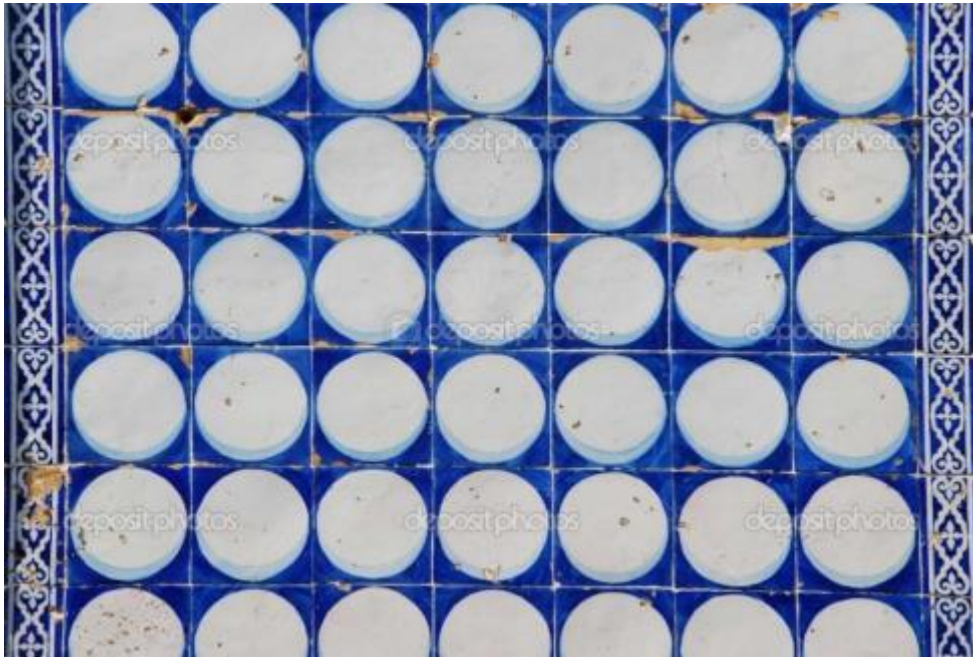
KUVA 41. Kaakeli- kuosin A inspiraatiokuva



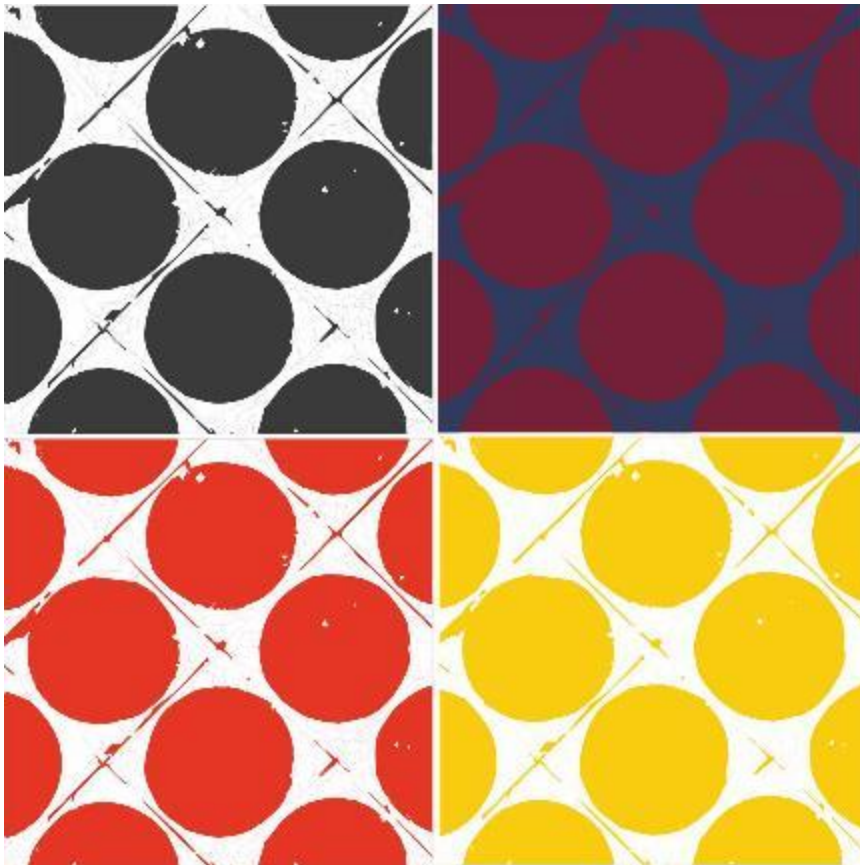
KUVA 42. Kaakeli- kuosin A raportti



KUVA 43. Värikokeiluja Kaakeli- kuosiin A



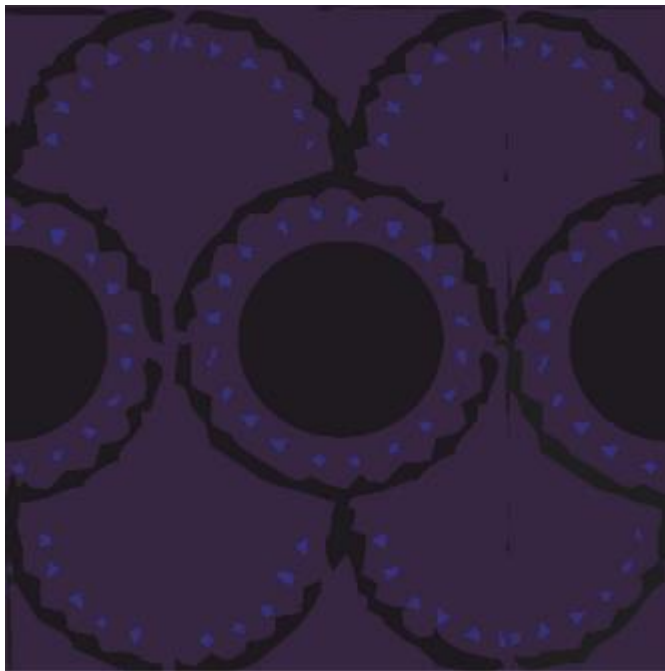
KUVA 44. Kaakeli- kuosin B inspiraatiokuva



KUVA 45. Värikokeiluja Kaakeli- kuosiin B



KUVA 46. Inspiraatiokuvat Kaakeli- kuosiin C



KUVA 47. Kaakeli- kuosin C raportti

Tähän mallistoon valitsimme käytettäväksi Kaakeli- kuosin C. Toimeksiantajalla olisi ollut mielenkiintoa käyttää myös muita vaihtoehtoja, mutta päätimme kuitenkin että niitä voidaan hyödyntää jatkossa uusia tuotteita suunniteltaessa. Valitsin vaihtoehdon C, sillä koin sen sopivan moneen vaatemalliin ja monen tyylliselle ihmiselle. Mielestäni kuosi on mielenkiintoinen, olematta kuitenkaan liian raju. Kuosin ilmettä saa melko helposti värejä muuttamalla muutettua hyvinkin graafisesta pehmeäksi ja villistä rauhalliseksi. (Liite 2)

Valittu Kaakeli-kuosi painettiin rotaatiopainolla reaktiiviväreillä. Painotapana on käytetty 100 prosenttista painoa, eli koko kangas on painettu valkoiselle pohjalle. Painotekniikka on hinta-laatu suhteeltaan hyvä ja siinä on hyvä värinkestävyys - se on tuotannollisesti järkevin. Tein kuosin raporttikokoon 32 cm x 32 cm, sillä mielestäni tämä koko toimii tässä kuosissa parhaiten. Teetätin kuosista vedoksen painotalolla Portugalissa. Ensimmäinen vedos (Kuva 48) oli kaikin puolin onnistunut, joten tilasimme kangasta 20 kg mallipakan, josta valmistetaan pieni erä malliston tuotteita. Materiaali Kaakeli-neuloksessa on 95% viskoosia, 5% elastaania ja neuloksen paino on 200gr/m². Valitsimme tämän materiaalin, sillä se laskeutuu kauniisti, soveltuen hyvin mekkoihin ja on miellyttävän tuntuinen. Olin alkuun hieman epäileväinen viskoosin käytöstä materiaalina, sillä kokemuksieni mukaan viskoosien laatu vaihtelee suuresti, enkä halunnut mallistoon materiaalia, joka menisi huonon näköiseksi heti ensimmäisessä pesussa. Viskoosikuituja on monenlaisia; toisissa on parempi hankauksenkesto ja toisissa on parempi tuntu. Pehmeämmän tuntuiset viskoosit saattavat käytössä nukkaantua hyvinkin nopeasti. Tässä tapauksessa otimme käyttöön painopohjaksi soveltuvan viskoosin, jossa nukkaa ei esiinny niin helposti. Black Modalla oli hyviä kokemuksia valitusta neuloksesta, joten päätin luottaa toimeksiantajani asiantuntemukseen.



KUVA 48. Kaakeli- kuosi vedos

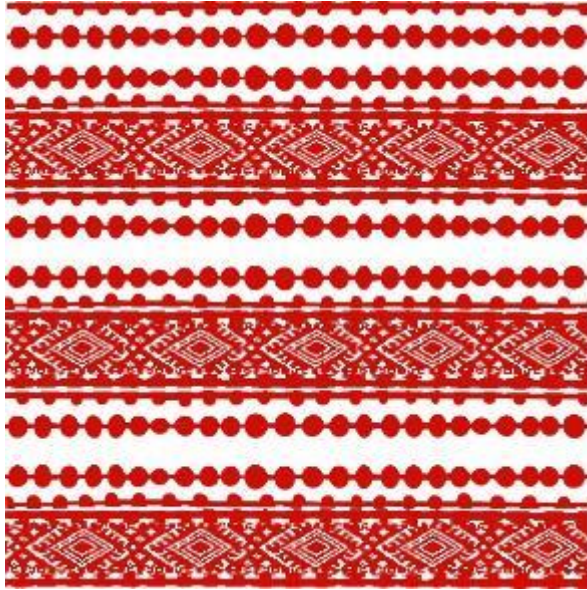
7.3 Pirta- kuosi

Pirta- kuosissa traditio ja nykypäivä kohtaavat. Kuosi on hakenut inspiraationsa mm. suomalaisissa kansallispuvuissa käytettävistä pirtanauhoista sekä suomalaisesta käsityöperinteestä. Etsin kuvia erilaisista nauhavariaatioista ja kirjonnoista (Kuva 49) ja poimin niistä kuvioita, jotka mielestäni sopisivat nykyaikaiseen kangaskuosiin.



KUVA 49. Inspiraatiokuvia Pirta- kuosiin

Tein kuosin piirtämällä alkuun osia siitä käsin, minkä jälkeen jatkoin näiden osien muokkaamista tietokoneella. Kuosista syntyi useita eri variaatioita (Liite 3) ennen kuin se sai lopullisen muotonsa (Kuva 50).



KUVA 50. Valmis Pirta- kuosi raportti

Ensimmäinen vedos (Kuva 51, vasen puoli) tehtiin digiprinttinä, sillä kuosi sisältää niin pieniä yksityiskohtia, että ajattelimme tämän painotekniikan toimivan parhaiten siinä. Digiprintillä on mahdollista painaa valokuvan kaltaista hyvinkin yksityiskohtaista kuvaa. Ensimmäisessä vedoksessa värisävy ei ollut toivotunlainen, lisäksi vedoksessa oli jostain syystä käytetty eri neulosta, kuin mitä olin pyytänyt. Täytyi teettää uusi vedos eri värisävyllä ja halutulla neuloksella. Digiprinttipainotekniikka osoittautui myös jonkin verran rotaatiopainoa kalliimmaksi, joten halusimme kokeilla rotaatiopainon toimivuutta myös tässä kuosissa. Toinen vedos (Kuva 51, oikea puoli) on tehty rotaatiopainotekniikalla, siinä on pieni ero yksityiskohtien näkyvyydessä digiprinttiin verrattuna. Ero oli kuitenkin niin pieni, että päätimme tilata Pirta-kuosin mallipakan myös rotaatiopainona. Pirta-kuosiin valitsin materiaaliksi 95% puuvilla/ 5% elastaanineuloksen 215gr/m² painoisena. Tämä materiaali toimii mielestäni hyvin esim. hieman pyöreän mallisessa Hilda-tunikassa, jossa vaatteen kuuluu olla ryhdikäs.



KUVA 51. Pirta- kuosin digiprintattu vedos ja rotaatiopainettu vedos

8 TUOTANTO JA MARKKINOINTI

Kun mallikappaleet ja kuosit on saatu hiottua kuntoon, suunnitteluprosessi etenee viimeiseen vaiheeseen, tuotantoon ja markkinointiin. Tuotteista on tehty lopullista tuotetta vastaavat mallikappaleet, jotka kuvataan. Näiden mallikappaleiden ja kuvien avulla myyntiedustajat voivat lähteä myymään mallistoa.

Myyntiä voidaan lähteä viemään eteenpäin kolmella eri tavalla. Myyntiedustajat voivat ottaa yhteyttä isoihin keskusliikkeisiin ja sopia tapaamisia sisäänostajien kanssa malliston esittelystä. Jos sisäänostajat kiinnostuvat, malliston tuotteita myydään ja tuotetaan tilauskohtaisesti tavarataloihin. Suurilla tavarataloketjuilla kuten Inex eli S-ryhmä, Kesko, Stockmann ja Halonen on isot ostomahdollisuudet ja tilattavat määrät ovat yleensä suuria. Toinen vaihtoehto on, että malliston tuotteita tehdään varastoon ja niitä myydään varastosta ulos pienempiä määriä kerrallaan esimerkiksi pienemmille putiikeille. Näin tuotteet olisivat heti saatavilla, mutta tässä piilee myös riski, että tuotteet voivat jäädä myymättä. Oman tuotantolaitoksen ansiosta pienempienkin määrien teettäminen on mahdollista, jolloin pystytään kuitenkin välttämään suuria riskejä, vaikka tuotteet jäisivätkin myymättä. Kolmantena vaihtoehtona kiertävä

myyntiedustaja voi lähteä myymään mallistoa ennakkoon pienemmille putiikeille ja myymälöille ympäri Suomea kuvia ja mallikappaleita apunaan käyttäen. Kun ennakkomyynti loppuu, aloitetaan tuotanto ja tuotteet toimitetaan ostajille tuotannon valmistuessa. Tämä edellyttää kuitenkin sitä, että tuotteita tilataan sen verran, että tuotantominit täyttyy. Tässä tapauksessa 200 kappaletta per tuote on hyvä minimi. Jos tuotteita ei tilata täysiä minimimääriä, Black Moda voi myös ottaa niitä varastoonsa niin, että tuotanto saa niitä järkevän määrän tehtäväksi.

On hyvin todennäköistä, että mallistoa tullaan tuottamaan osittain kaikilla näillä kolmella tavalla. Osasta malliston vaatteista tullaan tekemään pienet erät varastoon. Muita malleja myydään kuvien ja mallikappaleiden avulla myyntipalavereissa pienille putiikeille sekä isommille tavarataloketjuille. Jos joku kiinnostuu ostamaan tuotteita myyntiin, tuotantoon menee tilattu määrä malleja.

9 ARVIOINTI

Arviointia tapahtui koko suunnitteluprosessin ajan. Koska aloitin työt Black Modalla heti aloitettuani opinnäytetyön tekemisen, minulla oli jatkuvasti mahdollisuus saada suoraa palautetta suunnitteluprosessin eri vaiheissa. Pystyin myös aina tarvittaessa keskustelemaan kasvotusten toimeksiantajan kanssa, kun olin epävarma jostain. Näin ehkä välttyin tekemästä suurempia virheitä ja jossain määrin myös välttyin turhalta työltä, kun heti sai kuulla, jos jokin ideani ei välttämättä tulisi toimimaan tässä mallistossa. Black Moda Oy:n toimitusjohtaja Marko Keski-Vähälä sekä tuotepäällikkö Laura Keski-Vähälä olivat aktiivisimmin mukana kanssasi luomassa mallistoa ja he ohjeistivat minua eteenpäin. Heidän mielipiteensä ja ohjeensa saattoivat monesti olla hyvinkin eriäviä, siksi oli toisinaan vaikea hahmottaa, mitä oikeasti haetaan takaa. Tästä syystä pyysinkin heitä antamaan minulle erilliset arvioinnit, sillä toimitusjohtaja on tarkkaillut työskentelyäni myyntimiehen, ja tuotepäällikkö suunnittelijan näkökulmasta (LIITE 4).

Toteutunut mallisto kokonaisuutena herättää minussa ristiriitaisia tunteita. Mallistossa on mielestäni muutamia malleja jotka edelleen kaipaavat hiomista, kuten Hilppa-, Eleonoora- ja Wendila-mekot eivät ole vielä istuvuudeltaan tai ompeluteknisesti täysin sellaisia, että voisin hyväksyä ne valmiiksi tuotteiksi. Ne ovat

tuotannollisesti hieman haastavampia toteuttaa. Näiden rinnalla mallistossa on malleja, joista olen todella innoissani, kuten Lyyly-kääntötakki, Magga-mekko ja Tilda-mekko. Ne näyttävät valmiilta tuotteilta ja kuvastavat parhaiten sitä, mitä olen tähän mallistoon halunnut tuoda, klassisia rennon asiallisia vaatteita, joita on mukava pitää päällä ja jotka sopivat moneen menoon (LIITE 5). Toimeksiantajan mielestä saavutin mallistolle asetetut tavoitteet, ja mallistoa on tuotannollisesti kannattava valmistaa (LIITE 4). Mallit ja kuosit toimivat keskenään niin, että samaa mallia voi tehdä kahdessa kuosissa, ja mallit ovat myös sellaisia, joita voi tehdä hyvin eri materiaaleista. Mallisto on suunniteltu niin, että pienillä muutoksilla sitä voidaan myydä ympäri vuoden useita vuosia. Jotkin malliston malleista tulevat varmasti jäämään unholaan hyvinkin äkkiä, mutta uskoisin siitä pari klassikotuotettakin löytyvän. Se, mitkä nämä tuotteet tulevat olemaan, selkiytyy pikkuhiljaa, kun mallisto pääsee ulkopuolisten ihmisten tarkasteltavaksi.

Täysin uutena asiana opin tässä työssä suunnittelemaan ja rakentamaan kuoseja tietokonetta apuna käyttäen niin, että ne ovat tuotannollisesti mahdollisia toteuttaa. Yllätyksekseni sainkin juuri kuoseista ja niiden toteutuksesta erityisen paljon positiivista palautetta toimeksiantajalta (LIITE 4). Se, että sai positiivisinta palautetta siltä osa-alueelta, jossa tunsin itseni kaikista epävarmimmaksi, antoi uskoa itseeni. Olen tyytyväinen malliston kuoseihin varsinkin, kun ne ovat ensimmäiset teolliseen tuotantoon suunnittelemani kuosit ja tunsin ajoittain suurta epävarmuutta niitä tehdessä. Kuosit ovat kaupallisia ja esimerkiksi värejä muuttamalla niiden tyyliä pystyy helposti muokkaamaan vaikka eri vuodenaikoihin sopivaksi.

Uutena asiana tuli myös yhteistyön tekeminen tuotantolaitosten kanssa. Tuotekuvat ja ohjeistukset täytyi tehdä niin että tuotanto ymmärtää visioni. Tähän sain paljon apua tuotepäälliköltä, joka osaa portugalin kielen. Hän kirjoitti ohjeistukset portugaliksi tuotannolle. Toki he osaavat käsitellä myös englanninkielisiä ohjeistuksia, mutta helpoiten ohjeet tulevat ymmärretyksi heidän omalla äidinkielellään. Itse olen hyvin arka käyttämään englantia niin kirjallisesti kuin suullisestikin. Tämän tilanteen korjaamisessa tiedän olevan haastetta tulevaisuudessa, sillä vaatesuunnittelijan on pystyttävä hoitamaan kontakteja ulkomaisiin yhteistyötahoihin, eikä henkilökohtaista tulkkia ole aina käytettävissä. Tuotepäällikön antamassa arvioinnissa (LIITE 4) oli

maininta, kuinka suunnittelijan ja tuotannon välinen kielimuuri hidastaa prosessin etenemistä.

Toimitusjohtaja mainitsi arvioinnissaan (LIITE 4), että minun tulisi enemmän perustella ja pitää kiinni omista näkökulmistani. Tiedän, että liian usein olin vain sanomatta mitään, jos jokin minun mielestä hyvä idea teillattin täysin. Pitäisi uskaltaa paremmin seistä oman työnsä ja näkemyksensä takana. Uskon, että itseluottamukseni tulee kehittymään kokemuksen kautta, ja näen itsekkin jonkinlaista kehitystä tapahtuneen kuluneen reilun vuoden aikana kun olen suunnittelijan töitä täysipäiväisesti tehnyt. Ei riitä että suunnittelija vain suunnittelee, ideat täytyy pystyä myymään muulle tiimille tai vaikka mahdolliselle tuotteen ostajalle. Oman työn väheksyminen ja anteeksipyytelevä asenne ei monesti johda yhtään mihinkään, tai ei ainakaan haluttuun lopputulokseen.

10 POHDINTA

Tämä opinnäytetyöprosessi oli matka, jolle en ollut koskaan uskonut pääseväni. Olen aina pitänyt itseäni taiteellisena uniikkien, melko monimutkaisten vaatekappaleiden tekijänä. Yhtäkkiä minulle kuitenkin tarjottiin tilaisuutta suunnitella kaupallinen ja klassinen mallisto, jota mahdollisesti tultaisiin myymään joko pienemmissä putiikeissa tai isoissa kauppaketjuissa ympäri suomen. Samalla kun yritys tarjosi minulle opinnäytetyö toimeksiantoa, he ilmoittivat myös haluavansa palkata minut heille suunnittelijaksi. Tiesin, että tämä on tilaisuus, jota ei sovi sivuuttaa, sillä teollisen vaatesuunnittelijan töitä on Suomessa hyvin vähän tarjolla. Otin pelonsekaisin tuntein mutta ylpeänä ja innokkaana haasteeseen tarttuen tehtävän vastaan.

Tässä opinnäytetyössä pääsin ensimmäistä kertaa tekemään isoille markkinoille suunnattua teollista vaatesuunnittelua. Koen, että koulussa käydyistä mallistonsuunnittelukursseista oli hyötyä työssä, kun tiesi suurin piirtein, miten suunnitteluprosessi etenee, ja näin ollen osasin mielestäni melko hyvin viedä sitä itsenäisesti eteenpäin. Kouluaikoina välttelin viimeiseen asti viivapiirrosten tekemistä tietokoneella ja siitä johtuen minua hieman hirvitti aloittaa työskentely Black Modalla, jossa lähes kaikki työskentely tapahtuu tietokoneella. Alkukankeudesta huolimatta

opin kuitenkin melko nopeasti Corel draw-työskentelyn salat, ja tänä päivänä osaan luoda ammattimaisia viivapiirroksia hyvinkin nopeasti.

Opinnäytetyö vei minut muun muassa Portugaliin, jossa pääsin omin silmin näkemään, miten ja missä suunnittelemani tuotteet tullaan valmistamaan. Näin, miten isoissa tuotantolaitoksissa neulokset kudotaan, värjätään ja painetaan ja kuinka suunnittelemani tuotteista tehdään kaavat ja ommellaan valmiiksi tuotteiksi. Tunnen itseni todella etuoikeutetuksi, kun pääsin näkemään kaiken tämän niin läheltä. Vastaavia tuotantolaitoksia ei löydy Suomesta mistään. Koin myös, että tuotantolaitoksiin tutustuminen antoi hyviä eväitä vaateussuunnittelijan uralle, kun on tietoinen siitä, mitä tuotannollisia mahdollisuuksia on olemassa.

Matka tämän malliston suunnittelun merkeissä on ollut pitkä, se on kestänyt yli vuoden. Normaalisti yhden malliston suunnittelu ei levittäytyisi näin pitkälle aikavälille. Tälle mallistolle ei kuitenkaan asetettu mitään tiukkaa valmistumisajankohtaa. Sitä tehtiin aina, kun muilta töiltä ehdittiin. Mallisto toimi osana uuden Puuvillatehdas-brandin kehitystyötä, joka jatkuu edelleen. Puuvillatehtaan ei ole tarkoitus olla mallistolähtöinen brandi, vaan samat mallit pyörivät vuosien ajan. Tosin mallit ja niiden mitoitukset tulevat toki jonkin verran aina muuttumaan asiakastoiveiden mukaan.

Vaikka moni asia malliston suunnittelussa ja toteutuksessa on ollut uutta ja pelottavaakin, haastavinta koko opinnäytetyöprosessissa oli kirjallisen osuuden tekeminen. Ehkä juuri se, että olen itsekin ollut välillä vähän eksyksissä, miten kaikki eri vaiheet malliston toteutuksessa tulevat tapahtumaan, ja kuinka malliston matka ideoista valmiiksi tuotteiksi on ensikertalaiselle melko monimutkainen asia ymmärrettäväksi, on vaikeuttanut tekstin syntymistä. On ollut haastavaa saada asioita paperille, jos ei välttämättä edes puhumalla osaa selittää niitä. Lisäksi minulla ei meinannut löytyä aikaa eikä energiaa kirjoittamiselle, kun olin töissä kaikkina päivinä paitsi viikonloppuisin. Siksi teinkin tietoisesti valinnan olla panostamatta kirjoitusosuuteen kaikkeani. Koin, että tekstiä tärkeämpää on saada toimiva mallisto aikaiseksi ja edetä työllä. Eckertin(2000) suunnitteluprosessimalli toimi mielestäni tässä työssä hyvin. Työvaiheeni mukailivat kaaviota, joka antoi minulle apua asioiden kirjoittamiseen oikeassa järjestyksessä.

Olen erittäin kiitollinen Black Moda Oy:lle, kun he uskalsivat palkata nuoren kokemattoman suunnittelijan. He ovat nähneet minussa potentiaalia ja ovat halunneet satsata aikaa ja rahaa jotta oppisin kaikki teollisen vaatetuotannon kommervenkit. He ovat ymmärtäneet, että moni asia on minulle uutta, ja opastaneet kun olen tuntenut olevani hukassa. Työni Black Modalla jatkuu edelleen. Pidän työstäni. Suunnittelijan työ ei ole ihan niin pelottavaa, kuin mitä joskus olen ehkä pelännyt. Toki minulla on vielä paljon työstettävää itseluottamukseni kanssa. Uskon sen paranevan kokemuksen myötä, kunhan uskallan aina reippaasti mennä oman mukavuusalueen ulkopuolelle ja tuoda töitäni rohkeasti esille. Aina kaikessa ei voi onnistua täydellisesti ja virheistä oppii. Jos joskus päätän hypätä omilleni ja perustaa oman tuotemerkin, Black Modasta olen saanut suunnattoman määrän tärkeää tietoa ja taitoa siitä, mikä on kaupallista ja mitä on kannattavaa tehdä, sekä kontakteja eri tuotantoväyliin. Tästä on varmasti paljon apua oman yrityksen pyörittämisessä. Nyt kuitenkin nautin täysillä siitä, että saan olla oleellisena osana mukana tuomassa Puuvillatehtaan tarinaa perinteikkäänä brandina esille. Tämä mallisto on minulle henkilökohtaisesti hyvin tärkeä, sillä se on esikoiseni, ja siksi malliston nimi ”Rakkaudella, Aino” on osuva, sillä se kuvastaa hyvin tunteuksiani mallistoa tehdessä.

”Alakertaan laitettiin
 pieni ompelimo, jonne Pappa
 osti koneet ja materiaalit.
 Pappa piirsi trikoolle
 ensimmäisen T-paidan hahmon,
 leikkasi irti ja ompeli sen.
 Hän säilytti sitä aarteena.”



LÄHTEET

Anttila, Pirkko 1996 ja 2005. Tutkimisen taito ja tiedon hankinta: Taito-, taide- ja muotoilualojen tutkimuksen työvälaineet. Hamina: AKATIIMI Oy.

Black moda Oy 2013. WWW-sivut. <http://www.blackmoda.fi/> Ei päivitystietoja.

Eckert, Claudia M., Cross, Nigel & Johnson, Jeffrey N. 2000. Intelligent support for communication in design teams: garment shape specifications in the knitwear industry. Elsevier Design Studies 21, 99- 112.

Finatex 2001. Naisten vaatetuksen mittataulukko N-2001. WWW-dokumentti. <http://www.finatex.fi/media/N-2001.pdf>. Ei päivitystietoja.

Kauppi, Ilona 2006. Matkalla malliston suunnittelijaksi. Pro gradu- tutkielma: Joensuun Yliopisto.

Kettunen, Ilkka 2000. Muodon palapeli. Porvoo: WS Bookwell Oy.

Kuluttajavirasto 2011. WWW-sivut. <http://www.kuluttajavirasto.fi/fi-FI/eko-ostaja/ymparistomerkit/ulkomaiset-merkit/> Päivitetty 4.7.2011.

Laakso, Hannu 2001. Brandit kilpailuetuna- miten rakennan ja kehitän tuotemerkkiä. Helsinki: Talentum.

Nuutinen, Ana 2004. Edelläkävijät- Hiljainen, implisiittinen ja eksplisiittinen tieto muodin ennustamisessa. Saarijärvi: Gummerus Kirjapaino Oy.

Russel, Alex 2011. The fundamentals of printed textile design. Lausanne. AVA Publishing SA.

Steed, Josephine & Stevenson, Frances. 2012. Basics textile design 01: Sourcing ideas. Lausanne. AVA Publishing SA.

Tilastokeskus 2007. WWW-sivut. <http://tilastokeskus.fi/virsta/tkeruu/01/07/>

TUKES 2013. WWW-sivut. <http://www.tukes.fi/fi/Toimialat/Kemikaalit-biosidit-ja-kasvinsuojeluaineet/Teollisuus--ja-kuluttajakemikaalit/REACH---asetus/> Päivitetty 20.9.2013.

KYSYMYKSET:

- 1. Kuvaile kohderyhmää, jolle ostat tuotteita?**
- 2. Miten tavarantoimittajat valitaan?**
- 3. Mikä vaikuttaa menekin ennustamiseen? Miten ennustat menekkiä?**
- 4. Mitä minun suunnittelijana tulisi ottaa huomioon mitoituksessa?**
- 5. Mitä tulisi ottaa huomioon malleissa (muoto, leikkaukset jne.)?**
- 6. Mitä tulisi ottaa huomioon värien valinnassa?**
- 7. Millaisia ovat parhaiten myydyt tuotteet syksyllä?**
- 8. Mitä tuotteita markkinoilta puuttuu, mutta joille olisi tarvetta?**

SUURET KIITOKSET VASTAUKSISTASI!

Ystävällisin terveisin,

BLACK MODA OY

Aino Kovalainen

Harjoittelija

aino@blackmoda.fi

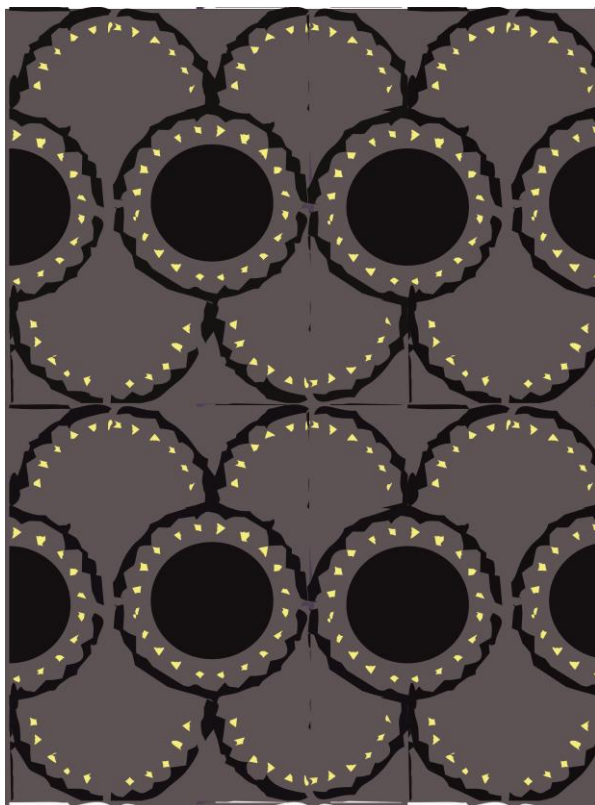
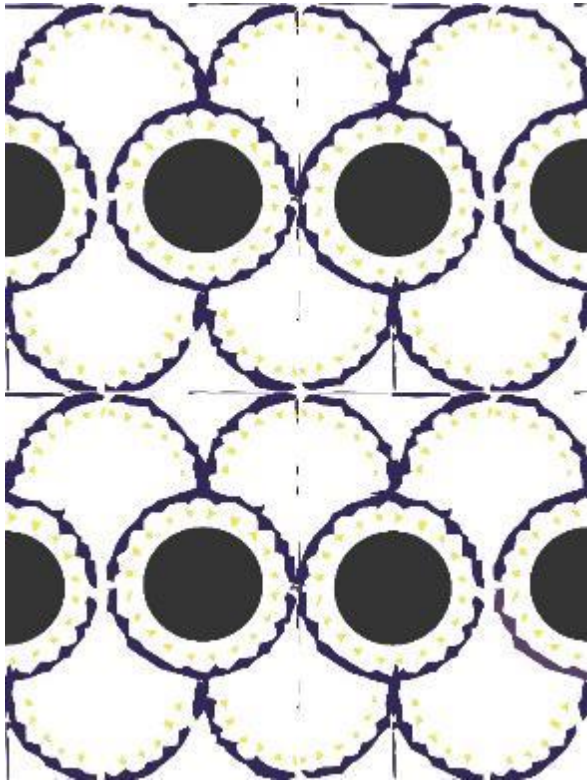
Erkkilänkatu 11 B rappu,

33100 Tampere,

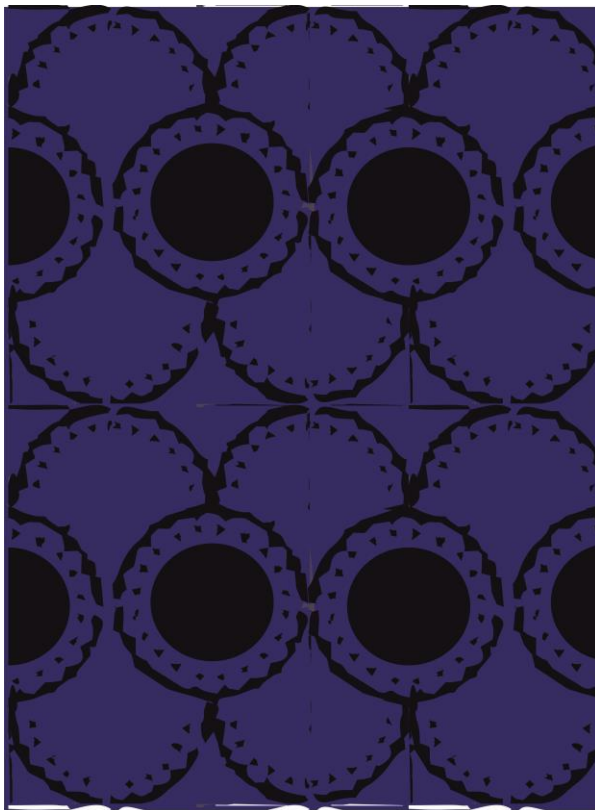
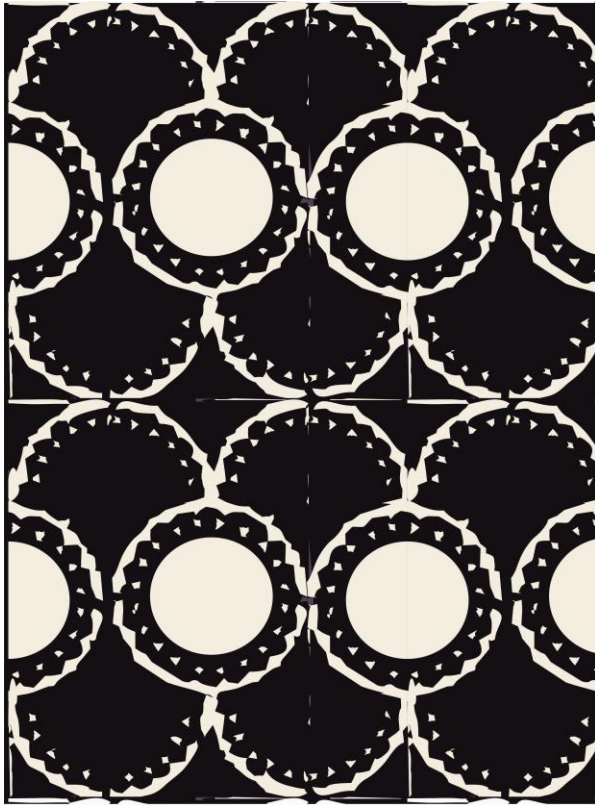
FINLAND

Kaakeli-kuosi

Esimerkkejä värikokeiluista:



LIITE 2 (2).
Monisivuinen liite



Pirta-kuosi variaatioita:



Opinnäytetyön arviointi
Aino Kovalainen

Aino Kovalaisen opinnäytetyöhön kuului suunnitella naistenvaatemallisto *Puuvillatehdas* merkille. *Puuvillatehdas* oli olemassa konseptina, mutta aiempia mallistoja ei ollut ja valmista kuvamateriaalia oli hyvin vähän. Malliston kautta oli tarkoitus tuoda esille Puuvillatehtaan synnyn tärkein inspiraation lähde: yksi matka Pohjanmaalta Portugaliin. *Puuvillatehdas* on kertomus siitä miten 30 –luvun Pohjanmaalta lähtenyt unelma ompelimon perustamisesta jatkuu Tampereelle, ja myöhemmin Portugaliin. Aino sai vapaat kädet tehdä tarinasta totta siirtämällä sen vaatteisiimme. Mallisto sai nimen *”Rakkaudella, Aino.”* .

Malliston piti yhdistää merkin konsepti ja tarina, kuluttajaryhmän tarpeet, nykypäivän muotokieli, kaupallisuus ja ajattomuus. Aino otti huomioon kaikki toiveemme: mallisto on eteenkin ajaton ja visiomme mukainen.

Olen erityisen tyytyväinen malliston kuosimaailmaan. Ensi tapaamisessamme huomasin Ainossa vahvan potentiaalain kuosisuunnitteluun, vaikka Ainolla ei ollut mukanaan kuin muutama näyte aiemmista töistään. Aino oppi hyvin nopeasti tekemään kuosiohjeistukset ja rakentamaan kuosit niin, että ne olisivat tuotannollisesti mahdollisia toteuttaa, ja ensimmäiset vedokset olivat todella hyvät. Hyvin positiivisena asiana pidin sitä, että pieniä muutoksia lukuun ottamatta jo ensimmäiset prototyypit olivat todella onnistuneet. Tämä osoitti, että Ainolla on vahva osaaminen kaavoituksesta. Se että tuotantolaitoksemme mahdollisuudet ja rajoitukset eivät olleet Ainolle aivan selvät, saattoi rajoittaa suunnittelutyötä jossain määrin. Sen lisäksi, kielimuuri Aion ja kaavoittajamme välillä vaikeutti viestintää ja tiedonkulkua tuotantoon, mikä hidasti työtä. Kokonaisuudessaan Aino suoriutui malliston toteutuksesta hyvin ja pystyi ottamaan vastaan positiivista palautetta, mutta myös kritiikkiä.

Mallisto on kaupallinen, ja uskon että sitä kannattaa markkinoida ja tuottaa. Tuotannollisesti mallisto on kannattava meille, sillä kuosit ja mallit toimivat keskenään niin, että samaa mallia voi tehdä kahdesta kuosista, mallit toimivat myös eri materiaaleissa todella hyvin.

”Rakkaudella, Aino.” kokonaisuus on helposti muokattavissa asiakkaan toiveiden mukaiseksi, ja pienillä muutoksilla tuotteita voidaan myydä hyvin erilaisille kohderyhmille. Tämä on hyvin tärkeää Black Moda Oy:lle, jonka visio on muuntautumiskykyinen yritys ja vaatemerkki.

Tampereella

Laura Keski- Vähälä
Tuotepäällikkö, Black Moda Oy

BLACKMODA

OPINNÄYTETYÖN ARVIOINTI

Opinnäytetyön tekijä: Aino Kovalainen (201186-1582)

Arviointilausunnon antaja: Black Moda Oy / Marko Keski-Vähälä

Opinnäytetyöhön kuului naistenvaatemalliston tekeminen sisältäen kaikki työvaiheet. Mallisto suunniteltiin Black Moda Oy:n uuden Puuvillatehdas-tuotemerkin tarpeisiin. Tekijä osallistui myös Puuvillatehtaan logon suunnitteluun. Uusi logo on saanut positiivista palautetta kauppiailta ja Puuvillatehtaan tuotteille on saatu tilauksia.

Suunnitteluprosessissa käytettiin apuna Eckert-kaaviota, joka toimi hyvin tässä työssä. Jokainen tekijän työvaihe on tunnistettavissa kaavion mukaisesti. Projektin kaksi pääsisältöä ovat malliston ja kuosien suunnittelu.

Malliston suunnittelussa tekijä luonnosteli useita kymmeniä vaatemaleja, joista lopulliseen mallistoon valittiin kahdeksan. Tekijä mitoitti myös itse tuotteet, jotka kaavoitettiin ja niiden protomallit ommeltiin Black Modan tehtaalla Portugalissa. Mitoitus ja mallit tulevat vielä muotoutumaan asiakaskokemusten myötä.

Tekijä suunnitteli kuoseja alunperin viisi, ja niistä valittiin mallistoon kaksi. Niiden innoittajana toimivat suomalaiset käsityöt, etenkin pitsityöt sekä perinteiset portugalilaiset kaakelit. Mallistoon valittiin kuosit ”kaakeli” ja ”pirta”. Erityisenä opinnäytetyön vahvuutena voidaan pitää nimenomaan sen kuoseja. Niissä on ansiokkaasti yhdistetty eri kulttuureja ja perinteitä modernisoimalla ideaa ja saaden se toimimaan hyvin tässä ajassa.

Sekä mallistossa että kuoseissa toteutuu hyvin klassisuus ja ajattomuus, jotka ovat myös yksi Black Moda Oy:n toiminta-ajatus. Tekijä otti hyvin huomioon tiimin mielipiteet koko projektin ajan. Jatkossa suunnittelija voisi kokemuksen myötä perustella ja pitää kiinni tiukemmin omista näkökulmistaan, vaikka kaupalliset mielipiteet ovat eriäviä.

Yhteenvedona voidaan todeta, että mallisto on toimiva kompakti kokonaisuus, jonka mitoitus ja mallit tulevat vielä muovautumaan asiakastoiveiden mukaan.

Erityisvahvuutena voidaan pitää erittäin onnistuneita kuoseja. Mallisto saavuttaa sille asetetut tavoitteet ja auttaa viemään Puuvillatehtaan tuotteistusta eteenpäin. Tuotteet ja kuosit ovat klassisia ja ajattomia. Mallisto on mahdollinen tuottaa kaupallisesti kannattavasti, sillä suunnittelija on ottanut erittäin hyvin huomioon tuotannolliset näkökulmat leikkauksissa ja materiaalivalinnoissa.

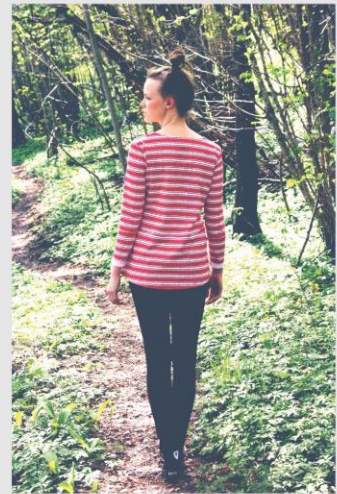
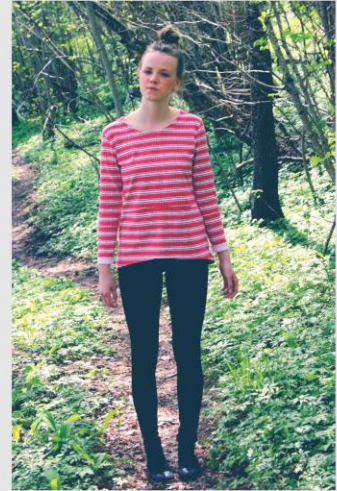
Black Moda Oy tulee tuottamaan erän tuotteita varastoon, josta niitä markkinoidaan heti toimitustuotteina asiakkaille. Koska tuotemerkki on uusi, tarvitaan panostusta myös tuotekuviin ja markkinointiin.

Tampereella 16.4.2014

Marko Keski- Vähälä
Toimitusjohtaja, Black Moda Oy

LIITE 5 (1).
Monisivuinen liite

Elliini-Shirt



Puuvillatehdas

Rakkaudella, Aino.

BLACK MODA
est. 1996

TAMPERE

Hilda-Tunic



Puuvillatehdas

Rakkaudella, Aino.

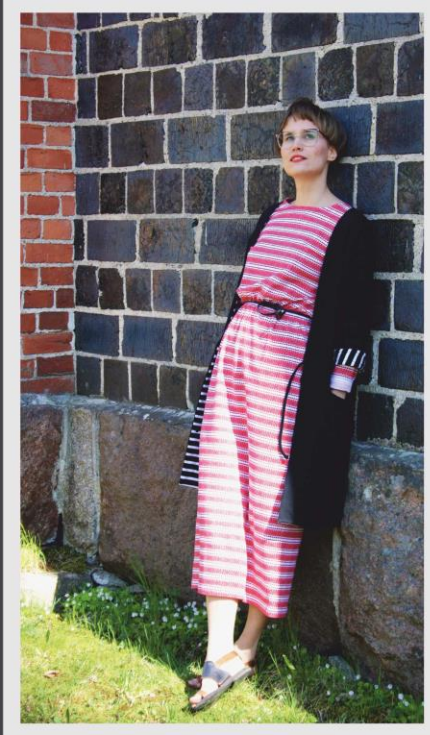
BLACK MODA
est. 1996

TAMPERE

Tilda-Dress



Tilda-Dress, Pirta-Print & Lyly-Jacket



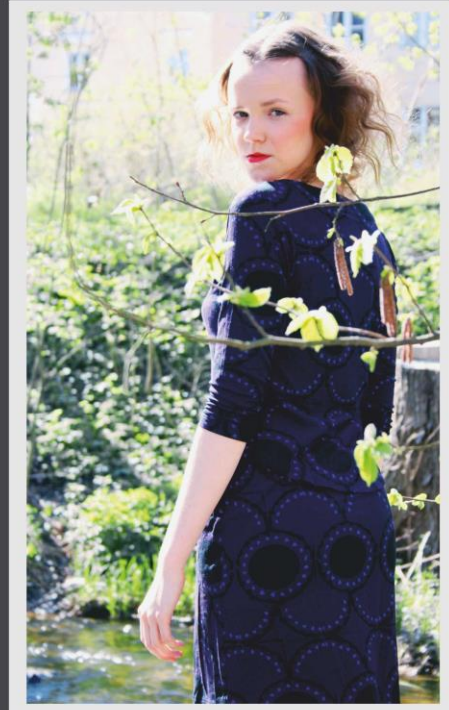
Puuvillatehdas

Rakkaudella, Aino.

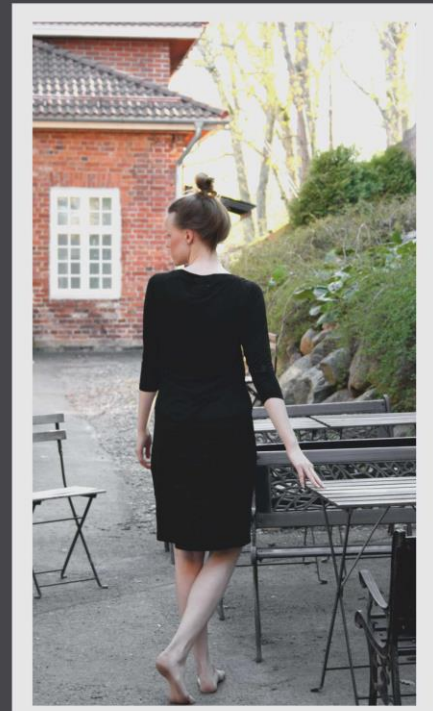
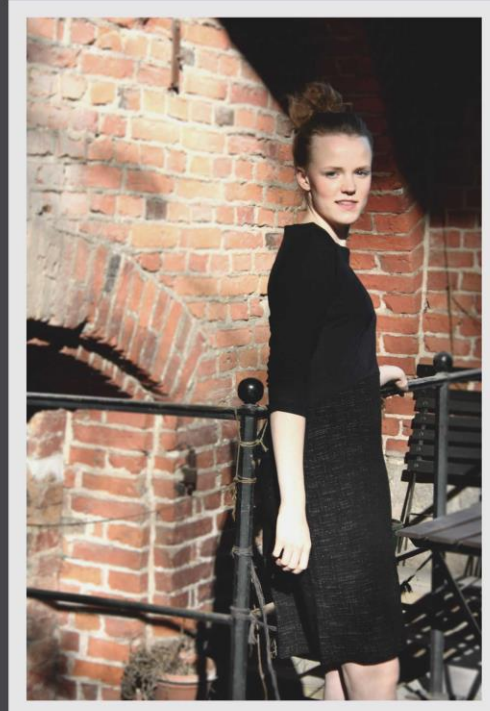
BLACK MODA
est. 1996

TAMPERE

Eleonora-Dress, Kaakeli-Print

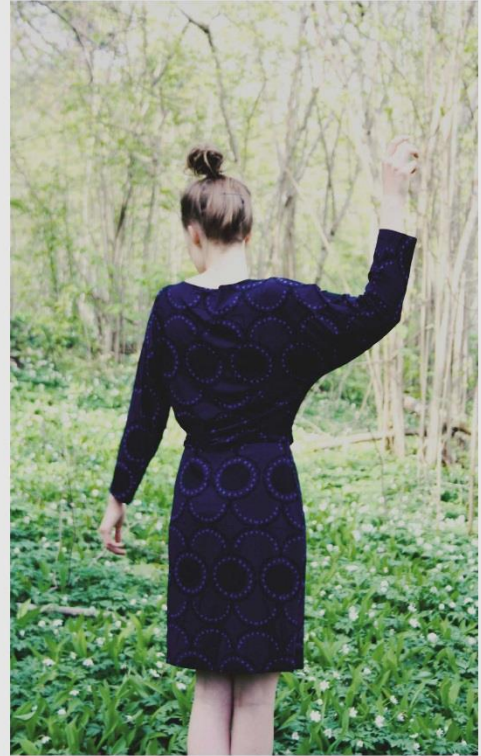


Eleonora-Dress



LIITE 5 (6).
Monisivuinen liite

Hilppa-Dress, Kaakeli-Print



Puuvillatehdas

Rakkaudella, Aino.

BLACK MODA
est. 1996

TAMPERE

Lyyly-Jacket & Magga-Dress & Elliini-Shirt



Puuvillatehdas

Rakkaudella, Aino.

BLACK MODA
est. 1996

TAMPERE