

GRAVEL

Journey Lives Forever



SAVONIA

OPINNÄYTETYÖ - AMMATTIKORKEAKOULUTUTKINTO
KULTTUURIALA

GRAVEL

Konsepti

TEKIJÄ:

Minna Miettinen

Koulutusala Kulttuuriala			
Koulutusohjelma/Tutkinto-ohjelma Muotoilun koulutusohjelma			
Työn tekijä Minna Miettinen			
Työn nimi GRAVEL - Konsepti			
Päiväys	24.05.2018	Sivumäärä/Liitteet	71/4
Ohjaaja Risto Nylund			
Toimeksiantaja/Yhteistyökumppani(t)			
Tiivistelmä			
<p>Tämän opinnäytetyön tarkoituksena on esitellä Smart Planet - skenaarion pohjalta syntynyt konsepti GRAVEL. Konsepti GRAVEL on koru - ja jalometallimuotoilun opiskelijoiden Minna Miettinen, Minna Meskanen ja Jori Vilhunen yhteinen projekti osana muotoilija AMK - tutkintoa. Tehtävänä oli suunnitella konsepti, joka soveltuu Saurum Osakeyhtiön tuotantoon ja vuoteen 2026. Konseptissa tuli hyödyntää (Scenarios for the future of brands) tulevaisuuden brändiskenaariota. Korukonsepteja tuli tuottaa kolme.</p> <p>Prosessi ja sen tulokset esiteltiin Saurum Osakeyhtiölle huhtikuussa 2017. Kokonaisuudessaan projekti kesti syksystä 2016 kevääseen 2017. Tämä opinnäytetyön raportti kokoaa Smart Planet skenaariosta syntyneen konseptin GRAVEL yhdeksi kokonaisuudeksi. Tämän lisäksi opinnäytetyöhön sisältyy synteesi valmiista GRAVEL - konseptista, joka löytyy videon muodossa hyperlinkistä: (GRAVEL - Videosynteesi)</p>			
Avainsanat			
Konseptimuotoilu, skenaario, Smart Planet, teknologiakoru, GRAVEL.			

Field of Study Culture			
Degree Programme Degree Programme in Design			
Author Minna Miettinen			
Title of Thesis GRAVEL - Concept			
Date	24.05.2018	Pages/Appendices	71/4
Supervisor(s) Risto Nylund			
Client Organisation /Partners			
<p>Abstract</p> <p>The purpose of this thesis is to present the concept of the Smart Planet scenario GRAVEL. Concept GRAVEL is a joint project done by the students of Jewellery and Precious Metalwork Design Minna Miettinen, Minna Meskanen and Jori Vilhunen as a part of the Bachelor`s degree. The task was to design a concept suitable for the production of Saurum Osakeyhtiö and the year 2026. Future brand scenarios had to be utilized in the concept. There were three jewellery ideas to produce.</p> <p>The process and its results were presented to the Saurum Osakeyhtiö in April 2017. Overall, the project lasted from autumn 2016 to spring 2017. This thesis report compiles the concept of the Smart Planet scenario GRAVEL into a single entity that includes the synthesis of the pre-built GRAVEL - concept found in video format at hyperlink (GRAVEL - Video synthesis)</p>			
Keywords			
Concept design, scenarios, Smart Planet, technology jewel, GRAVEL.			

KÄSITTEITÄ

KONSEPTIMUOTOILU: Konsepti tarkoittaa luonnosta, hahmotelmaa. Konsepti esitetään luonnoksena, tietokonevisualisointina tai kolmiulotteisena hahmomallina. Konseptimuotoilun tarkoituksena on tuottaa uuden tuotteen muotoilun periaateratkaisut. Näiden ratkaisujen tulee tyydyttää käyttäjän tarpeet ja erilaistaa tuote kilpailijoiden tuotteista. (Kettunen 2001, 59.)

SKENAARIO: Tiettyihin olettamuksiin pohjautuva ennuste kuten Scenarios for the future of brands. (Scenarios for the future of brands.)

SMART PLANET: Yksi tulevaisuuden brändi skenaarioista. Scenarios for the future of brands. (Scenarios for the future of brands.)

MISSIO: Yrityksen missio vastaa kysymyksiin siitä, miksi yritys on olemassa ja mitä organisaation toiminnalla halutaan saavuttaa. (Yrityksen perustaminen - missio.)

VISIO: Yrityksen visio tarkoittaa näkemystä siitä tulevaisuuden tavoitetilasta, jossa yritys haluaa olla tietyn ajanjakson kuluessa. (Yrityksen perustaminen - visio.)

SEGMENTOINTI: Teknisesti segmentoinnissa on kyse markkinan jakamisesta osiin siten, että tiettyyn segmenttiin kuuluvat kuluttajat ovat samankaltaisia keskenään ja olennaisesti erilaisia kuin muihin segmentteihin kuuluvat kuluttajat. Emotionaalisesti segmentoinnissa on kyse asiakkaiden asemaan asettumisesta. (Segmentointi.)

BENCHMARKING: Vertailuanalyysi tai vertaiskehittäminen on arviointia, jossa organisaatiot (tai sen osat) vertaavat toimintaansa ja prosessejaan toisen organisaation kanssa. Vertailukumppani etsitään yleensä itseä jossakin suhteessa paremmasta organisaatiosta. Oppimisen kohteet voivat olla valittuja joko saman alan yrityksistä tai miltä tahansa toimialalta. Benchmarking on menetelmä, jossa opitaan hyviltä esikuvilta niiden parhaista käytännöistä ja jonka tavoitteena on saavuttaa parannuksia omassa toiminnassa. Benchmarking auttaa tunnistamaan oman toiminnan heikkouksia ja laatimaan niiden kehittämiseen tähtäviä tavoitteita sekä laatimaan kehitysideoita. (Uef - benchmarking.)

GRAVEL: Smart Planet skenaarioon pohjautuva konsepti. Konsepti GRAVEL on koru - ja jalometallimuotoilun opiskelijoiden Minna Miettinen, Minna Meskanen ja Jori Vilhunen yhteinen projekti osana muotoilija AMK - tutkintoa. Suomennettuna: sora, mura, hiekka.

SISÄLTÖ

1	JOHDANTO	7
2	OPINNÄYTETYÖN LÄHTÖKOHDAT	8
2.1	Saurum Osakeyhtiö	9
2.2	Konseptimuotoilu	10
2.3	Scenarios for the future of brands.....	10
2.4	Smart Planet.....	11
3	KONSEPTIN SUUNNITTELU	13
3.1	Konseptin arvot, tarve, missio ja visio	13
3.2	Käyttäjä	15
3.3	GRAVEL logo	18
4	GRAVEL - KOLME KORUKONSEPTIA JA ENSIMMÄINEN VÄLIPALAUTE	19
5	GRAVEL - KONSEPTIN UUSI SUUNTA VÄLIPALAUTTEEN JÄLKEEN	28
5.1	Teknologiakoru	28
5.2	GRAVEL - konseptin slogan ja tarinavideo.....	30
5.3	Kaksi - vuotta konsepti EXPLORE	32
5.4	Kymmenen - vuotta konsepti DREAM	32
5.5	Kaksikymmentä - vuotta konsepti DISCOVER.....	33
5.6	Uusia luonnoksia.....	34
5.7	Toinen välipalaute.....	35
5.8	Hahmomallit ja mallinnetut tuotteet	36
5.9	Pakkaus ja GRAVEL Showroom	41
6	LOPPUTULOS JA LOPPUPALAUTE.....	43
7	VIDEOSYNTEESI JA LOPPUPOHDINTA.....	55
	KUVALUETTELO	57
	LÄHTEET	69
	TUOTETUT AINEISTOT	71
	LIITE 1. KUVAKOLLAASI TARJA TAVALLINEN.....	72
	LIITE 2. KUVAKOLLAASI PAAVO PAPPAN	73
	LIITE 3. MIELIPIDEKYSelyn VASTAUSPOHJA	74
	LIITE 4. MIELIPIDEKYSelyn KUVAKOLLAASI.....	75

1 JOHDANTO

Muotoilun koulutusohjelman koru - ja jalometallimuotoilun opinnäytetyössäni esittelen Smart - Planet skenaarion pohjalta syntyneen konseptin GRAVEL. Konsepti GRAVEL on koru - ja jalometallimuotoilun opiskelijoiden Minna Miettinen, Minna Meskanen ja Jori Vilhunen yhteinen projekti osana muotoilija AMK - tutkintoa. Tehtävänä oli suunnitella konsepti, joka soveltuisi Saurum Osakeyhtiön tuotantoon ja vuoteen 2026. Konseptissa tuli hyödyntää (Scenarios for the future of brands) tulevaisuuden brändiskenaariota. Konseptissa tuli olla brändin visuaalinen ilme logoineen, slogan/statement sekä brändin arvot ja potentiaalisen asiakkaan profiili. Korukonsepteja tuli tuottaa kolme. Prosessi ja sen tulokset esiteltiin Saurumille huhtikuussa 2017. Kokonaisuudessaan projekti kesti syksystä 2016 kevääseen 2017. Tämä opinnäytetyö käsittää ja esittelee tämän konseptin kokonaisuudessaan.

Toisena tavoitteena tässä opinnäytetyössä, oli koota videosynteesiin GRAVEL - konseptin lopputulos. Videosynteesi koostuu materiaalista, joka on esitelty Saurum Osakeyhtiön edustajille 12.04.2017. Opinnäytetyöraportin tärkeimpänä tavoitteena oli kuvata selkeästi GRAVEL - konseptin työprosessi ja sen kehittyminen, suunnitelmasta aina Saurum Osakeyhtiölle esitettyyn valmiiseen lopputulokseen asti. Tämä opinnäytetyön raportti kokoaa Smart Planet skenaarion syntyneen konseptin GRAVEL yhdeksi kokonaisuudeksi, johon sisältyy videosynteesi valmiista GRAVEL - konseptista. Videosynteesi löytyy hyperlinkistä: ([GRAVEL - Videosynteesi](#))

2 OPINNÄYTETYÖN LÄHTÖKOHDAT

Tehtävänä oli suunnitella ryhmätyönä konsepti, joka soveltuisi Saurum Osakeyhtiön tuotantoon ja vuoteen 2026. Projekti oli mielenkiintoinen ja ansaitsi tulla esitellyksi kokonaisuutena. Aiheen valinta opinnäytetyöksi oli yllättävän helppoa, koska konseptin rakentaminen oli itselleni mieluinen aihe ja sitä kautta GRAVEL projektin esittelemine oli erinomainen ajatus.

Tavoitteena tässä opinnäytetyössä on esitellä GRAVEL - konsepti, joka pohjautuu Smart Planet skenaarioon. Kokonaisuudessaan konseptiprojekti kesti syksystä 2016 kevääseen 2017. Tämä raportti esittelee projektin etenemisen vaihe vaiheelta. Valmis GRAVEL - konsepti (luku 6) on esitelty Saurum Osakeyhtiölle huhtikuussa 2017. Opinnäytetyö sisältää tämän raportin lisäksi synteesin, joka on videon muodossa. Video kokoaa GRAVEL - konseptin tarinan ja lopputuloksen yhteen. Videosynteesi löytyy hyperlinkistä: ([GRAVEL - Videosynteesi](#))

Saurum Osakeyhtiön edustajina toimivat projektin ajan muotoilujohtaja sekä Lumoava - designer Heikki Hartikainen, brändiassistentti Salla Räsänen ja 3D - suunnittelija Sanna Hindsberg. He kävivät syksyllä tutustumassa koulullamme projektiin ja sen lähtökohtiin, esitellen samalla oman yrityksensä. Tämän lisäksi pääsimme tutustumaan Saurum Osakeyhtiön tehtaalle. Saurum Osakeyhtiön edustajat kävivät koulullamme muutaman kerran projektin aikana, jolloin esittelimme siihen mennessä muotoutuneen konseptin ja saimme välipalautetta yhteensä kaksi kertaa. Loppupalautte tapahtui Saurum Osakeyhtiön tehtaalla huhtikuussa 2017, jossa Savonia - AMK koru - ja jalometalli-muotoilun opiskelijoiden neljä erilaista ryhmää esitteli tulevaisuuden skenaarioihin pohjautuvat konseptinsa Saurum Osakeyhtiölle vuoteen 2026.

2.1 Saurum Osakeyhtiö

Saurum Osakeyhtiöllä on pitkä historia laadukkaiden jalometallituotteiden valmistajana. E. Räsänen Oy perustettiin vuonna - 1942. Perheyriytyksenä aloittanut jalometallituotteiden valmistaja toimii nykyään nimellä Saurum Oy. Saurum Osakeyhtiö toimii Kuopion Neulamäessä osoitteessa Kultakuja 4, 70151 Kuopio Suomi. Yhtiön toimintaa ohjaavat rehellisyys, avoimuus sekä tinkimätön ammattitaito. Saurum Osakeyhtiö on vahvasti mukana luomassa suomalaista korukulttuuria. Saurum Osakeyhtiö valmistaa Lumoavan tuotteet. Saurum - tuotemerkin alla yhtiö valmistaa miestenpukukoruja sekä rippiristejä. Tämän lisäksi Saurum Osakeyhtiö tarjoaa pöytähöpeatuotteita sekä kansainvälisesti tunnettujen kellomerkkien kelloja. Lisäksi yhtiö maahantuo ruotsalaisia Schalinsin vihki - sekä kihlasormuksia. Tällä hetkellä Saurum Osakeyhtiön tuoteperheitä ovat: Lumoava, Saurum, Citizen, Moomin, Rhythm, Schalins of Sweden, Suomi Chippendale, Talonpoikais Rokokoo, Korusi - lehti, 1917, Ukko - metso ja yrityslahjat. (Saurum Osakeyhtiö.)

Saurum Osakeyhtiön valmistamat korut ovat jalometallikoruja, joiden muotokieli on ajatonta ja perinteistä kuten esimerkiksi (kuva 1.) Saurum kalvosinnapit. Saurum Osakeyhtiö lanseerasi vuonna 2008 Lumoava - korut jotka kilpailevat tällä hetkellä Suomalaisen koruteollisuuden huipulla. Lumoava korubrändin korut valmistetaan perinteisesti jalometallista, mutta niiden muotokieli eroaa kuitenkin edukseen (kuva 2.) muista markkinoilla olevista perinteisistä jalometallikoruista.



KUVA 1. Saurum kalvosinnapit. (Saurum.)



KUVA 2. Lumoava NEFER riipus, muotoilija: Eelis Aleks. (Lumoava.)

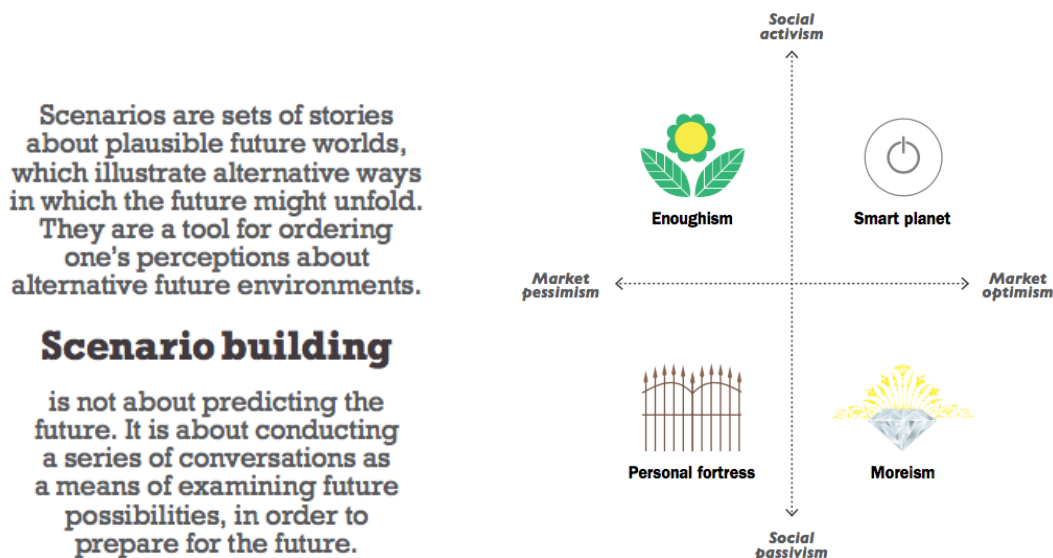
2.2 Konseptimuotoilu

Konsepti tarkoittaa luonnosta, hahmotelmaa. Konsepti esitetään luonnoksena, tietokone-visualisointina tai kolmiulotteisena hahmomallina. Konseptimuotoilun tarkoituksena on tuottaa uuden tuotteen muotoilun periaateratkaisut. Näiden ratkaisujen tulee tyydyttää käyttäjän tarpeet ja erilaistaa tuote kilpailijoiden tuotteista. Vaikka tuote olisi lanseerattu markkinoille, se pysyy konseptina siihen asti, kunnes se on todistanut olevansa kaupallinen menestys: tällöin konsepti saavuttaa ne liiketoiminnan tavoitteet, jotka sille on asetettu. Konseptista tulee tuote vasta, kun se on myyty menestyksekkäästi markkinoilla. Ennen tätä se on yhä kehitteillä, siitäkin huolimatta, että sitä jo markkinoidaan. (Kettunen 2001, 59.)

Muotoiluprosessi voidaan jakaa tuotehakuun, konseptimuotoiluun ja tuotemuotoiluun. Konseptimuotoilun luova prosessi on vaihe, jolloin luovuus säkenöi, keksinnöt keksitään ja muoto saa hahmonsaa. Prosessin luovan vaiheen aikana yritetään välttää ennenaikaista kritiikkiä ja saada aikaan mahdollisimman monia ratkaisuehdotuksia. Kriittisen vaiheen aikana ratkaisuja arvioidaan, yhdistetään toisiinsa ja kehitetään eteenpäin. Lähemmin tarkasteltuna konseptimuotoilu on syytä jakaa neljään vaiheeseen: tieto, idea, valinta ja testaus. (Kettunen 2001, 60.)

2.3 Scenarios for the future of brands

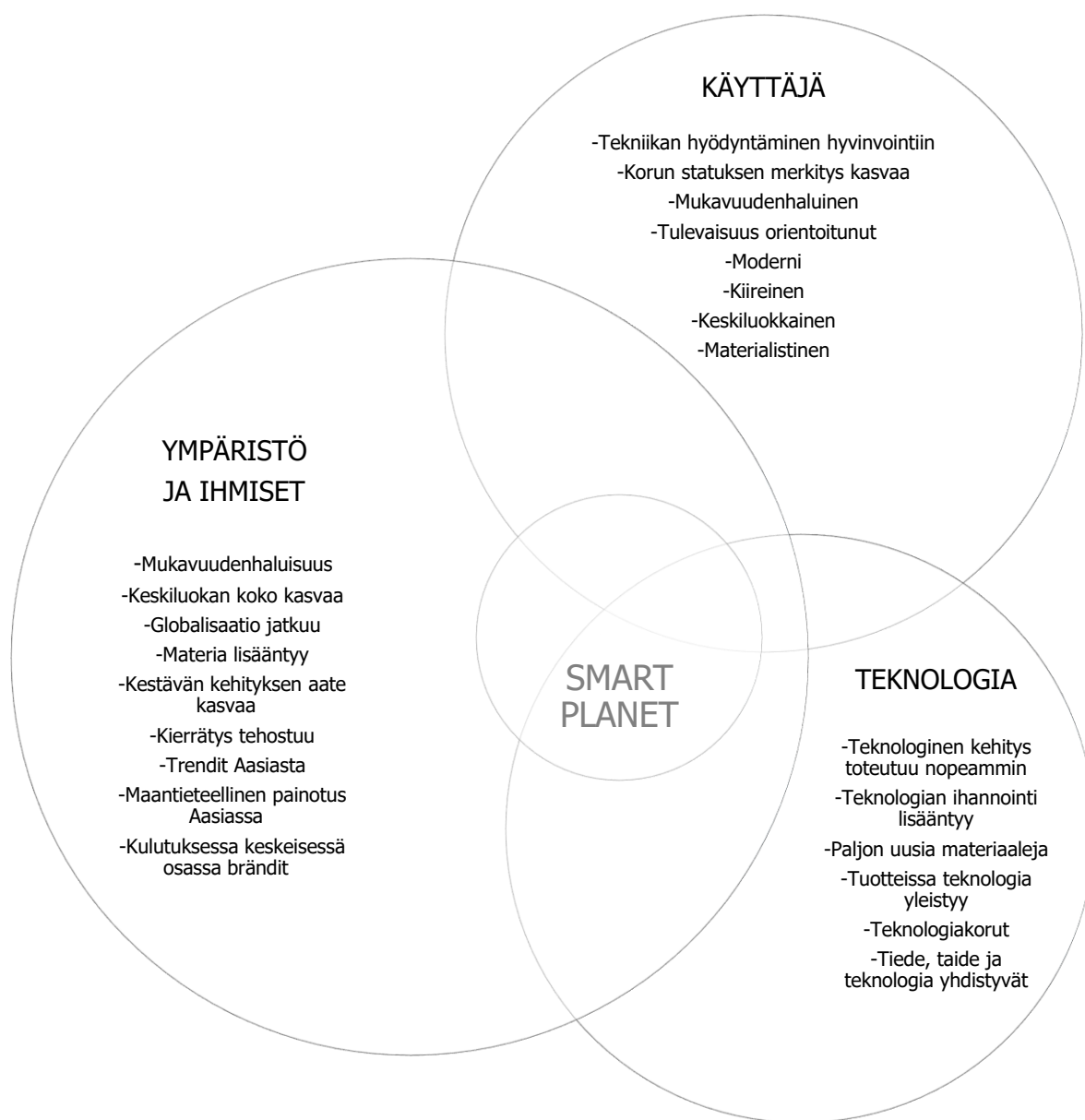
Saimme valita minkä tulevaisuusskenaarion (Scenarios for the future of brands.) pohjalta lähdemme kehittämään konseptia Saurum Osakeyhtiölle. Valittavana oli neljä erilaista skenaariota (kuvio 1.) Enoughism, Smart Planet, Personal Fortress ja Moreism. Valitsimme Smart Planet skenaarion, koska olimme kiinnostuneet tekniikan mahdollisuuksista tulevaisuuden korukonseptissa.



KUVIO 1. Scenarios for the future of brands.

2.4 Smart Planet

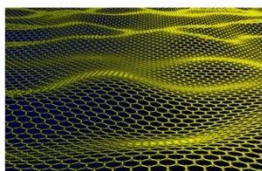
Lähdimme hakemaan tietoa Smart Planet skenaariosta ja hahmottelemaan ideoita ja ajatuksia ajatuskartan muodossa sekä kasaamalla kuvakollaaseja. Listasimme ajatuskarttaan (kuvio 2.) Smart Planet skenaarion mahdollisen käyttäjäprofiilin ja tulevaisuuden ihmiset sekä ympäristön. Lisäksi teknologialla oli suuri merkitys, koska kyseessä oli Smart Planet skenaario.



KUVIO 2. Smart Planet. (Meskanen, Miettinen ja Vilhunen 2016.)

Keräsimme paljon kuvia tukemaan ja antamaan paremman käsityksen, millainen Smart Planet konsepti mielestämme on ja miltä se visuaalisesti tulisi näyttämään. Parhaimmat ja mielestämme Smart Planet konseptia hyvin kuvaavat kuvat (kuvakollaasi 1.) keräsimme yhteen. Huomasimme että meille tulisi parhaiten toimimaan visuaalinen lähestymistapa tässä projektissa kuten ajatuskartat ja kuvakollaasit, koska nämä auttoivat parhaiten ideoimaan ja suunnittelemaan konseptia. Tämän vuoksi projektissa esiintyy paljon kuvakollaaseja (emme omista kuvien oikeuksia), jotka ovat autta-
neet ideoinnissa ja suunnittelussa. Kutsuimme projektia aluksi nimellä Smart Concept, ennen kuin keksimme konseptin nimeksi GRAVEL.

smart
CONCEPT

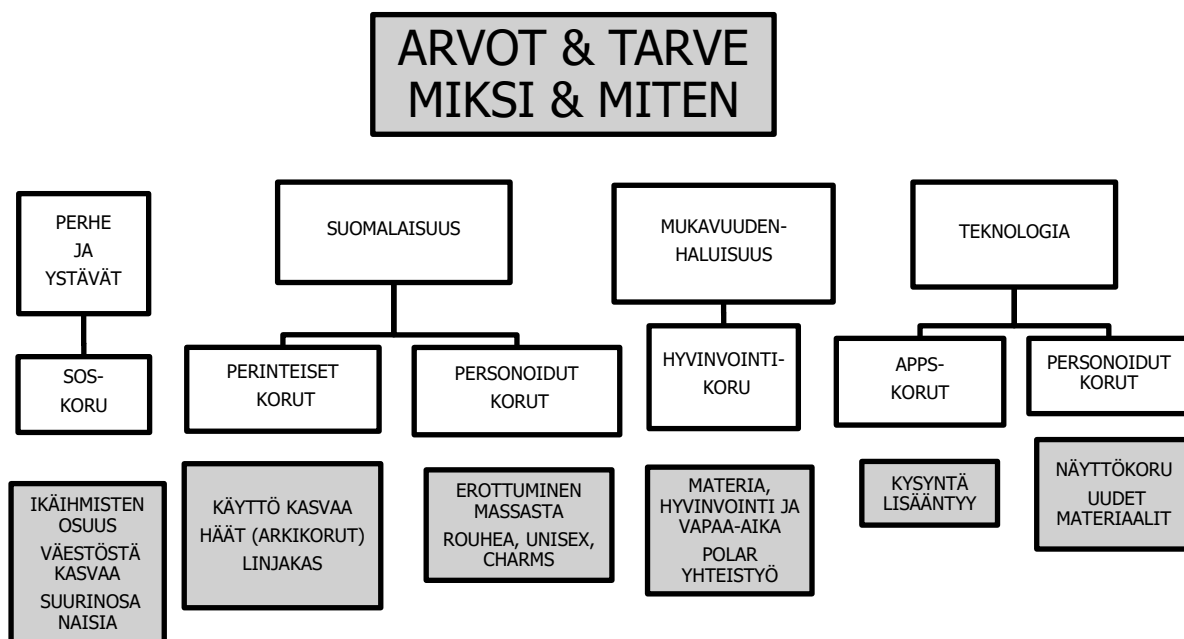


3 KONSEPTIN SUUNNITTELU

Lähdimme suunnittelussa liikkeelle huomioimalla Smart Planet skenaarion ja tätä kautta määrittämällä tämän skenaarion pohjalta arvot, tarpeen, mission ja vision. Etsimme paljon kuvia, joita kokosimme kuvakollaaseiksi ja piirsimme erilaisia ajatuskarttoja. Päätimme alussa, että lähdemme suunnittelun alkuvaiheessa reilusti heittelemään todella korkealentoisiakin ideoita ilmoille, joka mahdollisti sen ettei mikään idea tai ajatus jäisi ainakaan liiallisen järkeilyn tai mahdottomuutensa takia pois. Olihan lähtökohtana kuitenkin Smart Planet skenaario ja vuosi 2026, johon ajatukset täytyi pystyä kääntämään.

3.1 Konseptin arvot, tarve, missio ja visio

Määrittelimme arvot ja tarpeen (kuvio 3.) Smart Planet skenaarion pohjalta. Kuviossa näkyy arvot ja tarve, tämän lisäksi kuviossa näkyy ajatuksia kysymyksiin miksi ja miten.

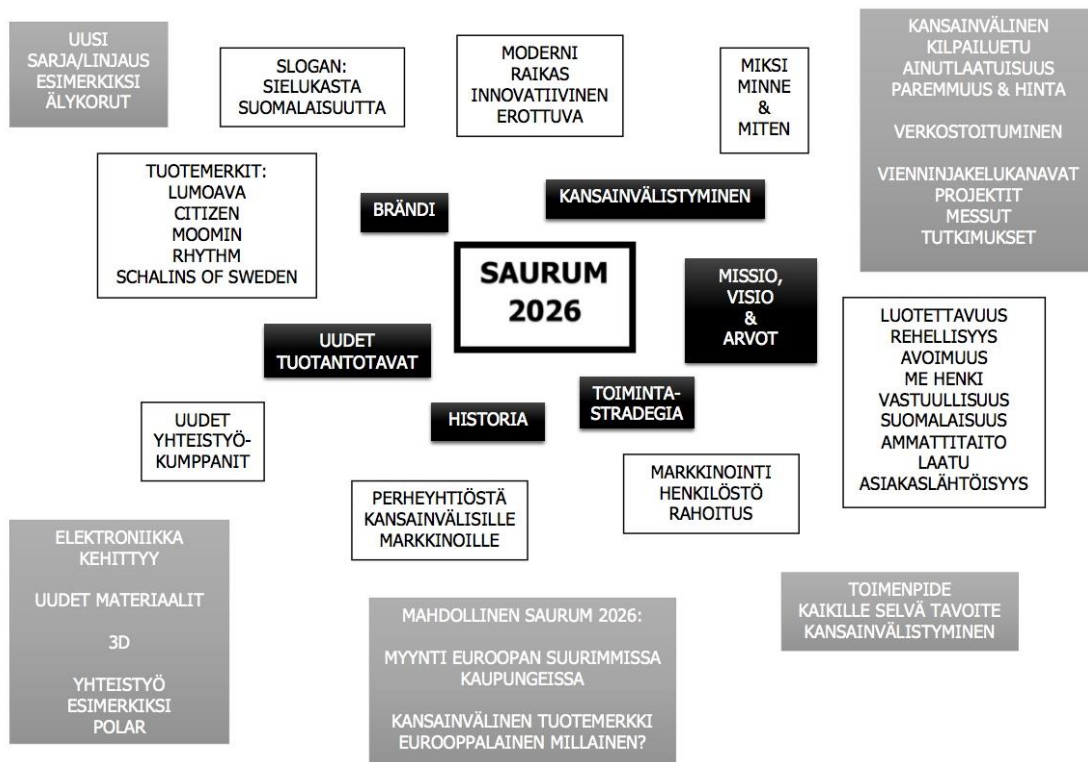


KUVIO 3. Arvot ja tarve. (Meskanen, Miettinen ja Vilhunen 2016.)

Mietimme, miten Saurum Osakeyhtiö pystyisi vastaamaan tähän tarpeeseen yhdistelemällä omat arvot ja tarve ajatuskarttaamme Smart Planet skenaariosta ja Saurum Osakeyhtiön omia arvoja, koska konsepti oli kuitenkin tarkoitus suunnata Saurum Osakeyhtiölle vuoteen 2026. Päädymme sanoihin (kuvio 4.), jotka mielestämme kuvaavat oman Smart - konseptimme lähtökohtia, joita halusimme korostaa. Tämän lisäksi laadimme ideakartan (kuvio 5.) Saurum Osakeyhtiö vuonna 2026.

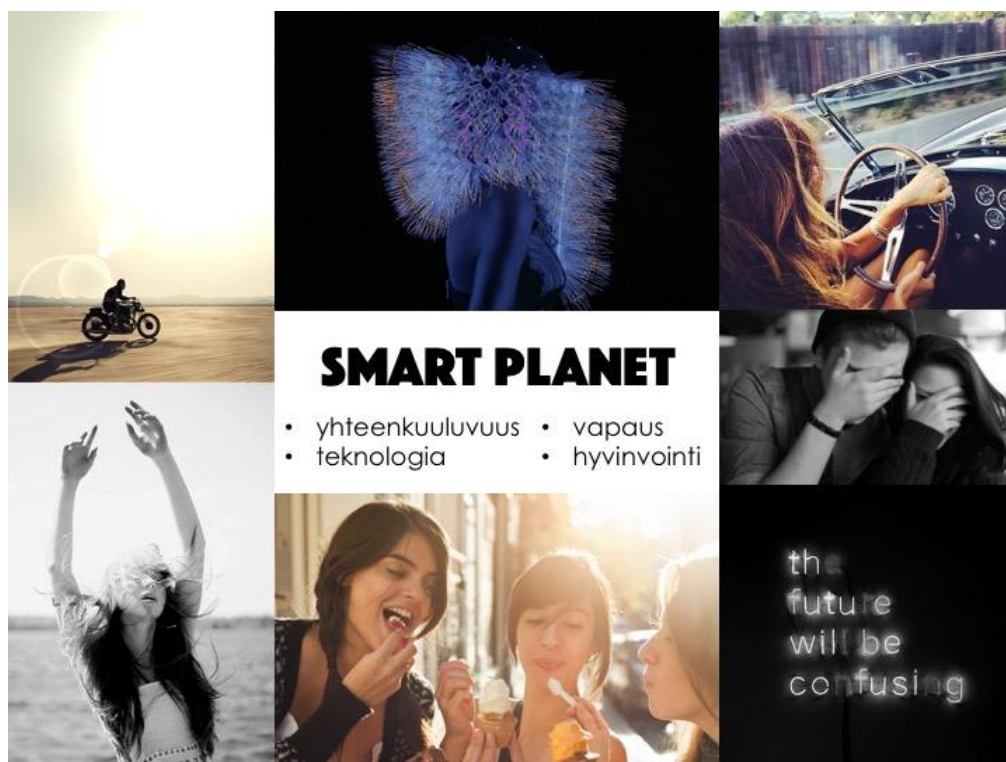


KUVIO 4. Smart Concept. (Meskanen, Miettinen ja Vilhunen 2016.)



KUVIO 5. Saurum vuonna - 2026 ideakartta. (Meskanen, Miettinen ja Vilhunen 2016.)

Selkeyttääksemme konseptia päädyimme kuvaamaan arvot ja tarpeen neljällä sanalla, jotka mielestämme sopii Smart Planet skenaarion sanomaksi. Näistä sanoista muodostuu samalla koko konseptin missio (Yrityksen perustaminen - missio.) ja visio (Yrityksen perustaminen - visio.). Sanat yhteenkuuluvuus, vapaus, hyvinvointi ja teknologia kuvaavat mielestämme Smart Planet skenaariota ja samalla Smart Conseptia parhaiten. Smart Planet arvot kuvakollaasi (kuvakollaasi 2.) antaa mielikuvan tulevaisuuden konseptista, joka tulee olemaan jopa hämmentävä.



KUVAKOLLAASI 2. Smart Planet konseptin arvot. (Meskanen, Miettinen ja Vilhunen 2016.)

3.2 Käyttäjä

Kun olimme saaneet määritellyt arvot, tarpeen, mission ja vision sekä oman konseptimme lähtökohdat, lähdimme rakentamaan kuvaa potentiaalisesta asiakasprofiilista. Päädyimme segmentoinnin (Segmentointi.) kautta neljään erilaiseen henkilöprofiiliin, joilla on erilaiset arvot ja tarpeet. Tätä ajatusmallia tukemaan keräsimme kuvia, joista muodostui neljä erilaista kuvakollaasia. Keksimme näille asiakasprofiili henkilöille heidän persoonaansa kuvaavat nimet. Valitsimme lopulta kaksi profiilihenkilöä (kuvakollaasit s.16:3 ja s.17:4.) Riia Räväkän ja Roope Rouhean. Loput kaksi kuvakollaasia (liitteet 1 ja 2.) eivät mielestämme lopulta kuvastaneet konseptimme profiiliasiakasta. Valitsemamme potentiaaliset asiakasprofiilit kuvaavat vuonna 2017 nuoria aikuisia, jotka ovat tulevaisuuden vanhukset. Kohdeasiakkaat ovat tulevaisuusorientautuneita, joille materia ja mukavuudenhaluisuus ovat todella tärkeitä. Profiilihenkilöt hyödyntävät teknologian mahdollisuuksia hyvinvointiin ja pitääkseen yhteyttä perheeseen ja ystäviin kasvavassa määrin. Teknologian merkitys kasvaa, jonka tarkoitus on antaa vapautta ja tukea hyvinvointia. Tekniikka pienenee ja kehityy tulevaisuudessa, jolloin teknologian käyttö kasvaa. Profiilihenkilöt ovat (raffeja/rouheita) erilaisuutta arvostavia, oman tiensä kulkijoita.



SHE NEEDED A
HERO, SO
THAT'S WHAT
SHE BECAME.



KUVAKOLLAASI 3. Riia Räväkkä. (Meskanen, Miettinen ja Vilhunen 2016.)



KUVAKOLLAASI 4. Roope Rouhea. (Meskanen, Miettinen ja Vilhunen 2016.)

3.3 GRAVEL logo

Konseptissa tuli olla visuaalinen ilme logoineen, slogan/statement sekä konseptin arvot ja potentiaalisen asiakkaan profiili. Olimme saaneet määriteltäviä konseptin arvot, mission ja vision sekä asiakkaan potentiaalisen profiilin, mutta tämän jälkeen suunnitteluvuorossa oli logo. Teimme logon eteen ja ennen kaikkea konseptin nimen eteen paljon työtä. Konseptin nimiehdotuksia oli paljon, mutta suurin osa oli jo käytössä tai ne eivät muuten kuvastaneet ajatustamme valitsemastamme konseptilinjauksesta. Vaihtoehtoina oli esimerkiksi VALIENTE, SAVAGE, CAJUN, BRONTO, CRUDE, FURU, TIERA, CANVAS ja GRAVEL. Halusimme konseptin nimeksi erilaisen, erottuvan ja hieman jopa raflaavan jopa rouhean nimen mutta läpinäkyvän, johon asiakas pystyy luottamaan. Visuaalisesti halusimme logon olevan uskottava, luova mutta kuitenkin yksinkertaisen suoralinjainen, joka kuvastaa Smart Planet skenaariota ja näkemystämme omasta konseptivisiostamme. Ajatuksena oli tehdä konseptin nimestä helppo ja selkeä sana, koska mielikuvamme oli suunnata konsepti niin kotimaan markkinoille kuin myös kansainvälisille markkinoille. Tarkoituksena oli kuvata ennen kaikkea valitsemaamme rouheaa linjaa, joten konseptin nimeksi tuli GRAVEL. Suomeksi sana GRAVEL tarkoittaa: sora, mura, hiekka. Logo on taitettu hyvin yksinkertaiseksi mutta erilaiseksi fontin ansiosta. Logo (kuva 3.) kuvastaa erityisen hyvin valitsemaamme konsepti tyyliä ja antaa sille uskottavuutta.



G R A V E L

KUVA 3. GRAVEL logo. (Meskanen, Miettinen ja Vilhunen 2016.)

4 GRAVEL - KOLME KORUKONSEPTIA JA ENSIMMÄINEN VÄLIPALAUTE

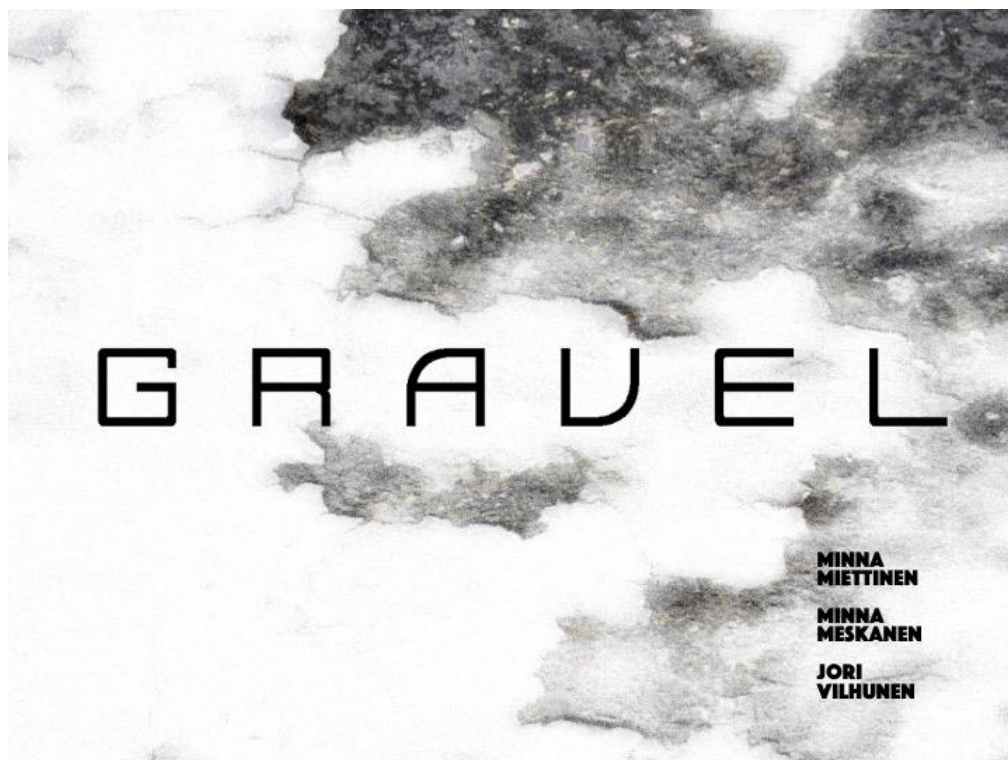
Aluksi oli vaikeuksia tuottaa luonnoksia, koska täytyi mennä reilusti yli nykypäivän korutrendistä. Lopulta lähdimme piirtämään ja sovimme, että ei sensuroida mitään piirrettyä. Piirrämme vain kuviota ja muotoa, ja katsotaan mitä luonnoksista lähtee muotoutumaan. Huomasimme että lähdimme lopulta luomaan kolmea erityyppistä luonnosajatusa. Luonnoksista (kuvat s.22:7, s.24:10 ja s.26:13.) rupeesi löytymään selkeää 3D - graafista muotokieltä, selkeää pintastruktuuria ja pehmeää/värikästä luonnosta. Luonnoksia syntyi lopulta todella paljon, tosin suurin osa on todellista ajatuksen lentoa ja muodon hakemista ei välttämättä edes valmiiksi koruksi piirrettyä.

Päätimme lähteä luomaan kolmea erilaista korukonseptia, jotka esittelisimme Saurum Osakeyhtiön edustajille välipalautteessa. Ensimmäisessä välipalautteessa tuli esitellä kolme korukonseptia: konseptin logo, missio, visio ja arvot. Välipalautteessa esiteltiin näiden lisäksi korukonseptien luonnokset ja mainoskuvat. Välipalaute oli hyvä mahdollisuus esittää ajatuksia konseptin tarinasta ja miten se olisi aikomus toteuttaa loppupalautteeseen. Halusimme tuoda korukonseptien tarinaaiheissa esille GRAVEL - konseptiimme valitut ja Smart Planet skenaarioria tukevat sanat ja mielikuvat yhteenkuuluvuus, vapaus, hyvinvointi ja teknologia. Nämä toimivat (kuvakollaasit s.21:6, s.23:7 ja s.25:8.) mielestämme erinomaisesti kuvatauluissa ja niiden tarinalauseissa: yhdessä aina, menetetty aika ei koskaan palaa ja matkalla jonka kuljet.

Olimme ottaneet selvää ja tilastollisia faktoja esityksemme tueksi, miksi valitsimme juuri kyseiset kolme korukonseptia GRAVEL - konseptin nimen alle. Ensimmäisen korukonseptin valinnan perusteluna oli koruteollisuuden maailmanmarkkinaosuuden kasvu (A multifaceted future.). Toisen korukonseptin valinta perustui miesten vaate - ja asustemarkkinoiden kovaan kasvuun tulevaisuudessa (Men`s jewelry.). Kolmas korukonsepti perustui puettavan teknologian markkina - arvon kasvuun lähitulevaisuudessa (Wearable technology 2017 – 2027.).

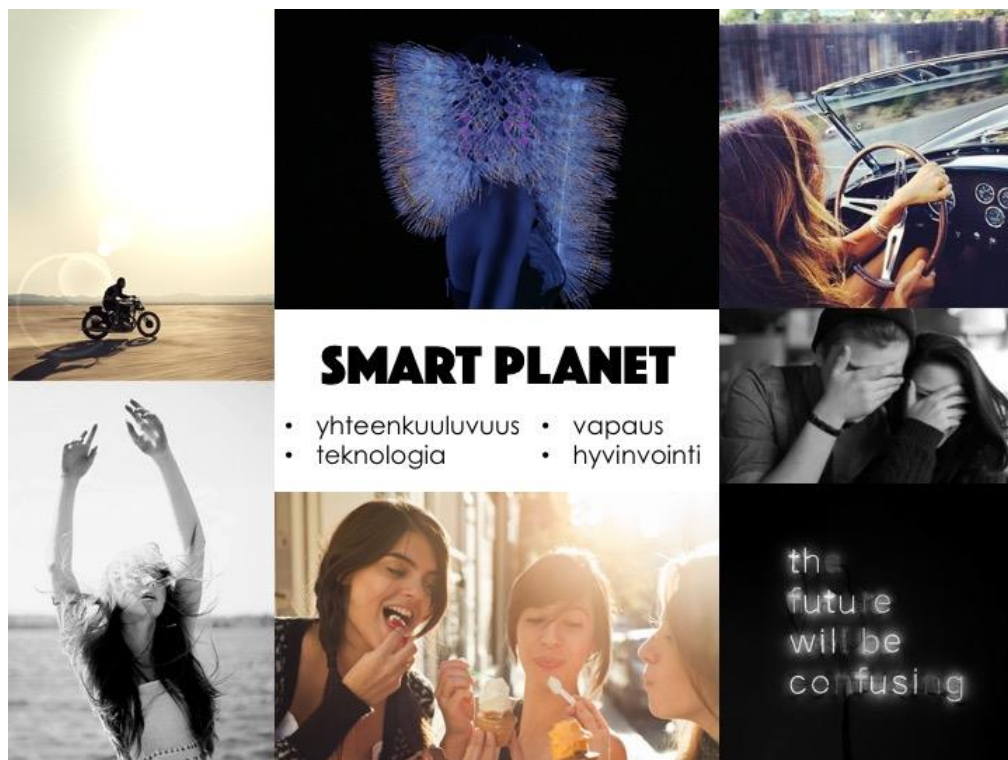
Projektin puolivälissä 10.11.2016 esittelimme Saurum Osakeyhtiön edustajille Heikki Hartikaiselle, Salla Räsäselle ja Sanna Hindsbergille ensimmäisessä välipalautteessa konseptin GRAVEL. Esittelimme konseptissa skenaarion, asiakkaan profiilin ja kolme korukonseptia, joista tuote ehdotelmat ja jatkosuunnitelmat eteenpäin. Tarkoituksena oli saada välipalautetta ja jatkaa projektia ottaen palaute ja kehitysideat huomioon. Esityksessä (välipalaute diat s.20:1 - s.26:14.) on käyty läpi syksyn 2016 aikana edennyt projekti ja sen esittely Saurum Osakeyhtiön edustajille.

Esittelimme konseptimme nimen ja logon.



KUVA 4. Ensimmäinen välipalaute DIA 1. GRAVEL logo. (Meskanen, Miettinen ja Vilhunen 2016.)

Kerroimme Smart Planet skenaariosta ja GRAVEL - konseptin mission, vision ja arvot.



KUVAKOLLAASI 5. Ensimmäinen välipalaute DIA 2. Smart Planet konseptin arvot. (Meskanen, Miettinen ja Vilhunen 2016.)

Ensimmäisen korukonseptin tarina: yhdessä aina.



KUVAKOLLAASI 6. Ensimmäinen välipalautte DIA 3. Ensimmäisen korukonseptin tarina. (Meskanen, Miettinen ja Vilhunen 2016.)

Ensimmäisen korukonseptin mainoskuva.



KUVA 5. Ensimmäinen välipalautte DIA 4. Ensimmäisen korukonseptin mainoskuva. (Meskanen, Miettinen ja Vilhunen 2016.)

1 KONSEPTI: ROUHEA/RAFFI KORU



TARVE

- raffi/ rouhea koru on heikko signaali
- tällä hetkellä vain vähän tarjontaa
- unisex

TUOTE

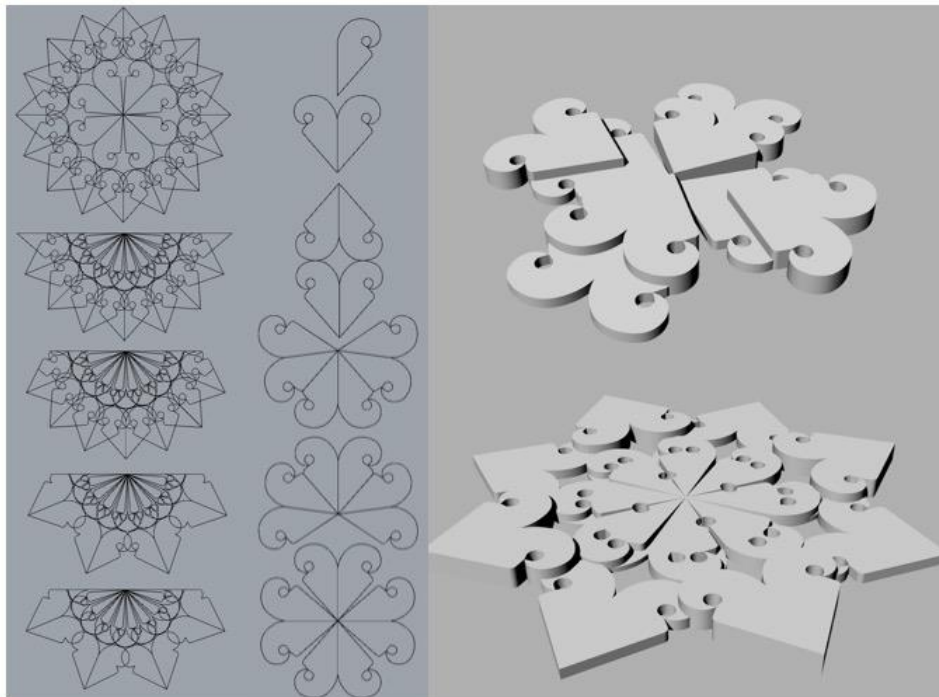
- raffi/rouhea koru / graafinen ja geometrinen
- kerroksellisuus, taistuva kuvio
- tummennus, mattaus
- laserointi

KOSKA

- koruteollisuuden maailmanmarkkinaosuus kasvaa
- vuotuinen myynti nyt 148 miljardia kasvaa 5-6% vuosi vauhtia
- 250 miljardia vuoteen 2020 mennessä (mckinsey.com)

KUVA 6. Ensimmäinen välipalaute DIA 5. Ensimmäinen korkonsepti: rouhea/raffi koru.
(Meskanen, Miettinen ja Vilhunen 2016.)

Luonnoksia ensimmäisestä korukonseptista.



KUVA 7. Ensimmäinen välipalaute DIA 6. Ensimmäisen korukonseptin luonnoksia. (Miettinen 2016.)

Toisen korukonseptin tarina: menetetty aika ei koskaan palaa.



KUVAKOLLAASI 7. Ensimmäinen välipalaute DIA 7. Toisen korukonseptin tarina.
(Meskanen, Miettinen ja Vilhunen 2016.)

Toisen korukonseptin mainoskuva.



KUVA 8. Ensimmäinen välipalaute DIA 8. Toisen korukonseptin mainoskuva.
(Meskanen, Miettinen ja Vilhunen 2016.)

2 KONSEPTI: MIESTEN KORUKONSEPTI



TARVE

- miesten oma konsepti
- ei markkinoilla (tai vähän) vain yksittäisiä koruja/sarjoja

TUOTE

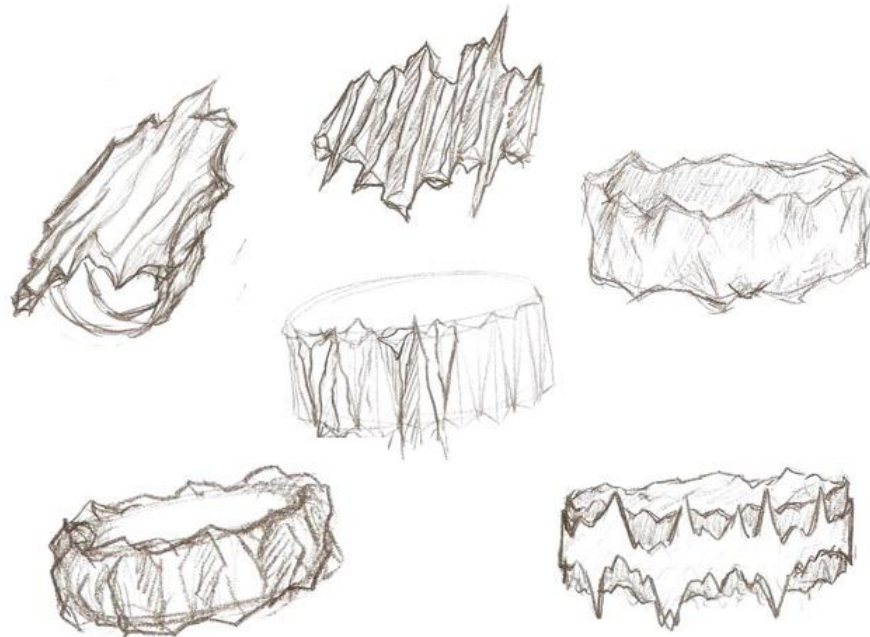
- miehille suunnattu korukonsepti
- sormus, rannekoru ja kaulakorru
- materiaali hopea
- tummennus, mattaus
- orgaaninen

KOSKA

- miesten vaate- ja asustemarkkinat kovassa kasvussa, 2019 globaali myynti 485 miljardia (nytimes.com)

KUVA 9. Ensimmäinen välipalaute DIA 9. Toinen korukonsepti: miesten koru.
(Meskanen, Miettinen ja Vilhunen 2016.)

Luonnoksia toisesta korukonseptista.



KUVA 10. Ensimmäinen välipalaute DIA 10. Toisen korukonseptin luonnoksia. (Vilhunen 2016.)

Kolmannen korukonseptin tarina: matkalla jonka kuljet.



KUVAKOLLAASI 8. Ensimmäinen välipalaute DIA 11. Kolmannen korukonseptin tarina. (Meskanen, Miettinen ja Vilhunen 2016.)

Kolmannen korukonseptin mainoskuva.



KUVA 11. Ensimmäinen välipalaute DIA 12. Kolmannen korukonseptin mainoskuva. (Meskanen, Miettinen ja Vilhunen 2016.)

3 KONSEPTI: TEKNOLOGIAKORU



TARVE

- nopeus, helppous, kauneus ja hyvinvointi

TUOTE

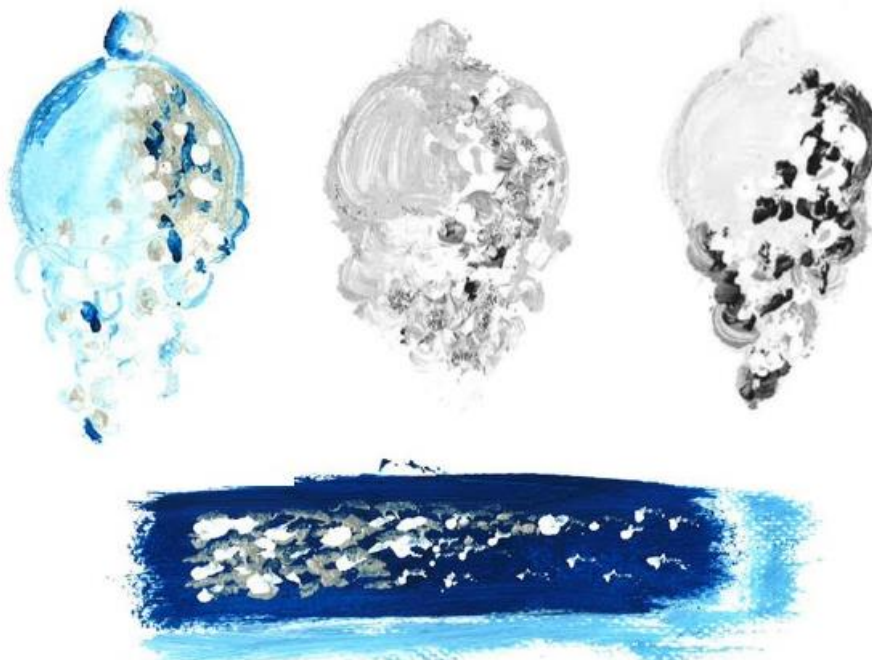
- läpinäkyvä näyttökoru
- läpinäkyvä virtalähde ja muistilevy, teknologia ei vie tilaa
- perinteisen korun ja teknologian kohtaaminen
- mahdollistaa korun suunnitteluun rajattomat mahdollisuudet
- näytössä liikkuvaa kuvaa
- sovellus mahdollisuudet: lähimaksu, sykkeen mittaus tai aktiivisuus
- yksilöitävä tuote

KOSKA

- markkina-arvo ennuste puettavan teknologian käytöstä kasvaa
- ennuste vuonna 2026 noin 150 miljardia (idtechex.com)

KUVA 12. Ensimmäinen välipalaute DIA 13. Kolmas korukonsepti: teknologiakoru.
(Meskanen, Miettinen ja Vilhunen 2016.)

Luonnoksia kolmannelta korukonseptista.



KUVA 13. Ensimmäinen välipalaute DIA 14. Kolmannen korukonseptin luonnoksia. (Meskanen 2016.)

Kuvaan 13. liittyi myös videot:

([Starry Night - maalaus.](#))

([World` s thinnest 0,01 mm flexible display.](#))

Saamassamme palautteessa oli paljon hyvää mutta myös paljon huomion arvoisia kehitysehdotuksia. Esimerkiksi toiveena oli, että lähtisimme rohkeammin hakemaan vuotta 2026 ja ennen kaikkea teknologian yhdistymistä koruihin, koska kyseessä oli ennen kaikkea Smart Planet skenaario. Saurum Osakeyhtiön edustajat olivat sitä mieltä, että suurin potentiaali on jatkokehittää teknologia korukonseptia eteenpäin ja leikkiä ajatuksella rohkeasti. GRAVEL nimi oli heidän mielestään mielenkiitoinen ja hyvä, varsinkin jos suunta on muotoilullisesti rouhea tai räväkkä. Saurum Osakeyhtiön edustajat tykkäsivät tarina ehdotelmista, ja jäivät mielenkiinnolla odottamaan tarkempaa suunnitelmaa.

5 GRAVEL - KONSEPTIN UUSI SUUNTA VÄLIPALAUTTEEN JÄLKEEN

Ensimmäisen välipalautteen jälkeen ja Saurum Osakeyhtiön edustajien mielipiteet huomioon ottaen päätimme lähteä jatkokehittämään teknologia korukonseptia eteenpäin. Halusimme tutustua markkinoilla oleviin teknologiakoruihin. Teimme benchmark - kuvakollaasin markkinoilla olevista tuotteista sekä mahdollisista energian keräys - ja käyttömahdollisuuksista koruissa. Lisäksi tutustuimme muuten tekniikkaan ja sen mahdollisuuksiin.

5.1 Teknologiakoru

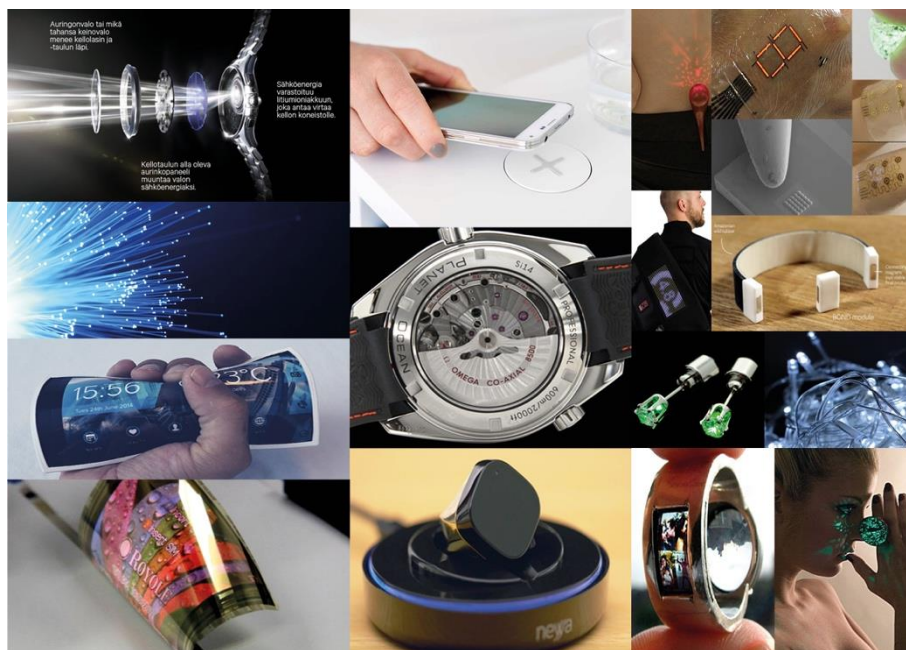
Teimme benchmarkingia (Uef - benchmarking.) (kuvakollaasi 9.) jo markkinoilla olevista teknologiaa sisältävistä koruista, jotta saimme vertailukohteen ja uusia kehitysideoita oman GRAVEL - konseptimme tuotteille. Markkinoilla olevat teknologiakorut ovat mielestämme isoja, kömpelöitä, kantikkaita, painavia ja ennen kaikkea muotoilullisesti tylsiä.



KUVAKOLLAASI 9. Teknologiakorut, benchmarking. (Meskanen, Miettinen ja Vilhunen 2017.)

Lisäksi järjestimme kyselyn (liitteet 3 ja 4.) work shopissa Savonia AMK - kurssilla, joka vahvisti oman näkemyksemme teknologiakoruista markkinoilla tällä hetkellä. Kyselyssä kävi selkeästi ilmi, että teknologiakoruista puhuttaessa monen vastaajan näkemys on kylmästä, isosta, kömpelöstä, kulmikkaasta rumasta pelkästään hyötykäyttöön suunnitellusta älykorusta. Teknologiakorut eivät esteettisesti tai käytännöllisyydeltään vastaa käyttäjän tarvetta, joten halusimme lähteä luomaan konseptia esteettisestä teknologiakorusta. Kuten markkinoilla olevat teknologiakorut myös ihmisten vastaukset järjestämäämme kyselyyn kertovat samaa viestiä. Ihmisillä on tarvetta teknologiakorulle, joka on esteettinen. Lisäksi hyvinvointi ja hyötytoiminnot on mahdollisia, mutta ei hallitsevia muotoilun kustannuksella. Mielipidekyselyn vastausten pohjalta huomasimme tarpeen teknologiakorujen personointiin.

Keräsimme lisää tietoa ja kuvia (kuvakollaasi 10.) energiantuottomahdollisuuksista, joita voitaisiin käyttää teknologiakoruissa virtalähteenä. Samalla tutustuimme ja tutkimme lisää uusia kehittyviä teknologian mahdollisuuksia. Kuten esimerkiksi taivutettava näyttö (Flexible display.) ja maailman ohuin taipuva näyttö 0,01 mm. Ohut näyttö toimii tällä hetkellä laboratorio olosuhteissa (World` s thinnest 0,01 mm flexible display.). Tutustuimme aurinkoenergiaan, jota esimerkiksi kellomerkki (Citizen.) käyttää. Tämän lisäksi mahdollisia vaihtoehtoja oli langaton lataus / induktio, koska nykyisin myynnissä on jo langattomia lataustasuja. Tutustuimme muihin teknisiin keksintöihin kuten (The-electronic-skin.). Lisäksi tutustuimme neulanpäänkokoiseen mikrolediin (Micro LED.), läpinäkyvään muistilevyyn (Flexible memory device.) ja läpinäkyvään patteriin (Transparent batteries.).



KUVAKOLLAASI 10. Tekniikka, benchmarking. (Meskanen, Miettinen ja Vilhunen 2017.)

Halusimme tutustua aurinkoenergiaan tarkemmin ja sen mahdollistamaan tekniikkaan kuten Citizen - kellojen käytössä oleva Eco Drive. Onneksemme meillä oli hieno mahdollisuus päästä tutustumaan Kuopiossa sijaitsevaan Citizeniä maahantuovaan Saurum Osakeyhtiön kellohuoltoon ja juttelemaan Citizenin kellosepän kanssa. Sovimme 02.02.2017 Saurum Osakeyhtiön tiloissa sijaitsevan Citizenin kellosepän kanssa tapaamisen ja pääsimme tutustumaan Citizenin kellon koneistoon ja mekanismiin (kuvat s.30: 14, 15 ja 16.). Eco Driven aurinkopaneelit lataavat kellon aukun kaikenlaisessa valossa. Halusimme tietää enemmän aurinkoenergian käytöstä kelloissa ja sitä kautta muista mahdollisuuksista esimerkiksi hyödyntää aurinkoenergiaa virtalähteenä GRAVEL -konseptin teknologiakoruissa. Saimme paljon hyvää tietoa aurinkoenergiasta ja sen mahdollisuuksista, lisäksi saimme käyttööme kaksi ylimääräistä Citizen kellon aurinkokennoa. Teimme proton (kuva s.30:17.) saamistamme aurinkokennoista ulkopuolisen asiantuntijan avustuksella. Halusimme demonstroida aurinkokennojen tehoa liittämällä protoon ledin. Aurinkokennot keräävät energiaa valosta ja tämä energia saa ledin palamaan. Aurinkokennoilla kerätty energia pystyttäisiin varastoimaan talteen akkuun, jolloin tämä kerätty energia toimisi virtalähteenä teknologiakorussa.



KUVAT 14, 15 ja 16. Citizen - kellon osia. 2017. Miettinen Minna. Tekijän arkisto.

KUVA 17. 2017. Aurinkokenno proto. 2017. Meskanen Minna. Tekijän arkisto.

5.2 GRAVEL - konseptin slogan ja tarinavideo

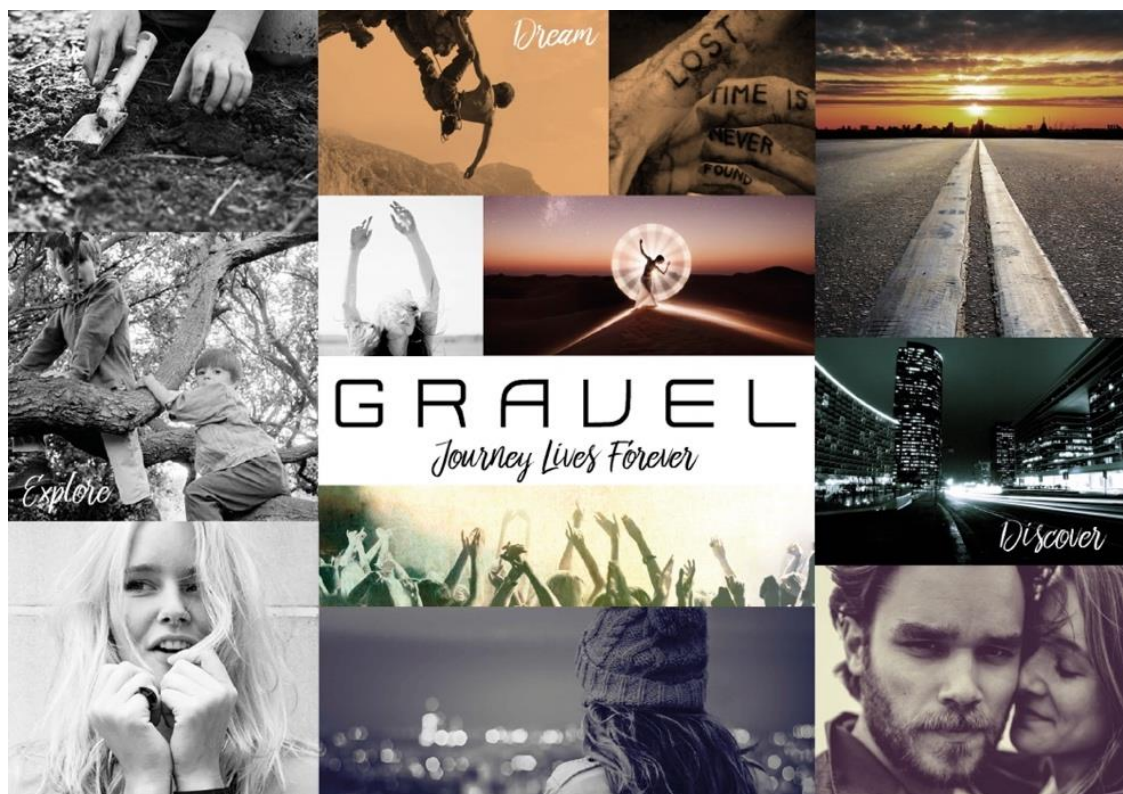
Tarina, kertomus tuotteen takana, on merkittävämpi kilpailuetu kuin teknologia; se yritys voittaa, jolla on paras tarina. Esteettinen maailma ja sen symboliikka tulevat yhä tärkeämmäksi, kun teknologia kutistuu ja piiloutuu materiaaleihin. Kuluttajat maksavat tarinasta, joka kiihottaa mielikuvitusta, heijastaa sitä, miten näemme itsemme ja miten haluamme muiden näkevän meidät. Tarina on pääasia, itse tuote on toisarvoinen. Se yritys menestyy, joka pystyy liittämään tuotteen seensa kiehtovimman tarinan ja elämyksen: kuluttajat arvostavat tarinaa, joka kulkee tuotteiden mukana. (Kettunen 2001, 52.)

Jos tarina vetoaa asiakkaan/käyttäjän tunteisiin, on tarina onnistunut. Tarinan on tarkoitus näyttää asiakkaalle/käyttäjälle läpinäkyvä ja uskottava konsepti, joka aiheuttaa tunteita. Halusimme lähteä luomaan selkeää jatkuvaa tarinaa ihmisen elämästä eri jaksoihin pohjaten. Tarina muuntui ensimmäisestä välipalautteesta lopulliseksi tarinaksi sisältäen paljon vaikutteita jo aikaisemmista tarinalauseista: yhdessä aina, menetetty aika ei koskaan palaa ja matkalla jonka kuljet. Halusimme kuvata ihmisen elämän mittaisen matkan: tutki, unelmoi ja löydä.

Konseptin missioksi ja visioksi muodostui lopulta kuvaus tarinasta, joka kehittyy profiiliasiakkaan rinnalla tämän ikääntyessä ja ajan mennessä eteenpäin. Tästä ajatuksesta syntyi slogan: Journey Lives Forever. Tarina oli tarkoitus kohdentaa profiiliasiakkaalle henkilökohtaiseksi. Olimme päättäneet jo logon kohdalla, että sen tulisi olla kansainvälisesti uskottava. Tarkoituksena oli suunnata konsepti niin kotimaan markkinoille kuin myös kansainvälisille markkinoille. Joten valitsimme tämän takia esityskieleksi englannin. Kolme korukonseptia päätimme jakaa sanoihin, jotka kuvaavat matkaa ja aikaa: Explore: (tutki) kaksi - vuotta konsepti. Dream: (unelmoi) kymmenen - vuotta konsepti. Discover: (löydä) kaksikymmentä - vuotta konsepti. Näin muodostui GRAVEL - konseptin kolme korukonseptia, jotka kuvaavat matkaa ja aikaa elämässä. Korukonseptin tarkoituksena on pyrkiä vastaamaan käyttäjän muuttuviin tarpeisiin vuosien kuluessa, tarjoten uusia erilaisia teknologisia ratkaisuja helpottamaan elämää.

Teimme GRAVEL - konseptiin tarinavideon Adobe Premiere - ohjelmalla esitelläksemme tarinan GRAVEL Journey Lives Forever, ihmisille jotka haluavat tutkia, unelmoida ja löytää. Aluksi oli valmistettava kuvakäsikirjoitus (kuvakollaasi 11.). Halusimme luoda tarinan, johon asiakas/käyttäjä voi jollain tasolla samaistua. Tarkoituksena oli luoda, Journey Lives Forever tarinasta koskettava ja tunteita herättävä seikkailu katsojalle. Tarinan oli tarkoitus saada katsoja kiinnostuneeksi, konseptista GRAVEL. Videossa on tarkoitus kuvata matkaa ja aikaa ihmisen elämässä. Tarina on editoitu muuttumaan usein ja väliin on leikattu kolme kuvaa joissa tekstit; Explore, Dream ja Discover tuomaan rauhallisuutta ja ajan tuntua. Journey Lives Forever tarina antaa katsojalle mahdollisuuden omaan mielikuvitukseen, sillä lopputulosta videon tilanteista ei näytetä. Tällainen ilmaisutapa editoinnissa, mahdollistaa katsojan tunne reaktiot ja samaistumisen, kun mielikuvitukselle jää tilaa. Sloganissa ja tarinavideossa on käytetty samaa (Dafont bringshoot.) fonttia. Videossa musiikkina: (Steve Ball - Fly-By.). Videoklipit (Pixabay.).

GRAVEL Journey Lives Forever tarinavideo löytyy hyperlinkistä: ([GRAVEL - Journey Lives Forever](#))



KUVAKOLLAASI 11. Tarina kuvakäsikirjoitus. (Meskanen, Miettinen ja Vilhunen 2017.)

5.3 Kaksi - vuotta konsepti EXPLORE

Keräsimme kuvia (kuvakollaasi 12.) auttamaan luonnostelussa korukonseptia Explore kaksi - vuotta varten. Tarkoituksena oli tehdä Explore konseptiin tuotteita, jossa valo (led/valokuitu) on konseptin lähtökohtana.



KUVAKOLLAASI 12. Kaksi - vuotta konsepti EXPLORE.

(Meskanen, Miettinen ja Vilhunen 2017.)

5.4 Kymmenen - vuotta konsepti DREAM

Samalla ajatuksella keräsimme Dream kymmenen - vuotta korukonseptiin kuvia (kuvakollaasi 13.) auttamaan luonnostelussa. Dream konseptiin oli tarkoituksena suunnitella näyttökoruja.

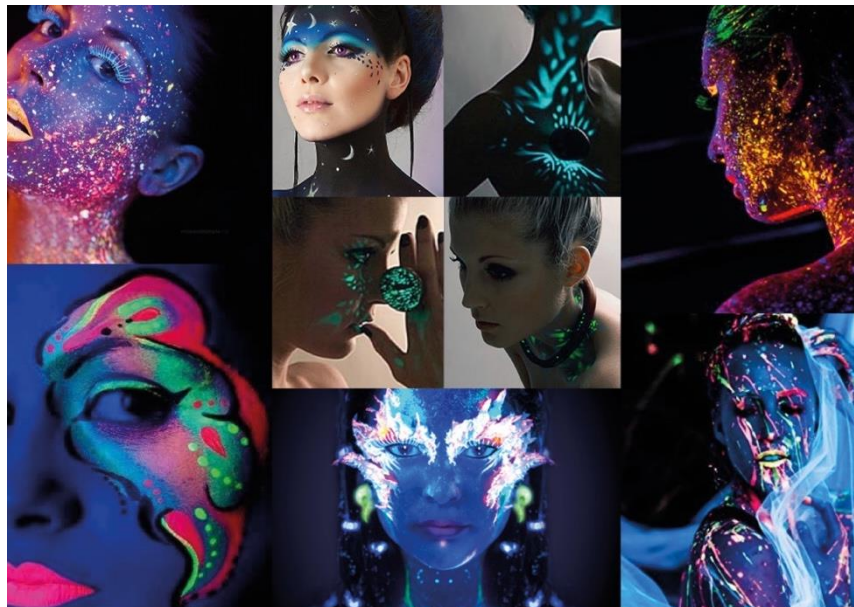


KUVAKOLLAASI 13. Kymmenen - vuotta konsepti DREAM.

(Meskanen, Miettinen ja Vilhunen 2017.)

5.5 Kaksikymmentä - vuotta konsepti DISCOVER

Discover kaksikymmentä - vuotta konseptiin (kuvakollaasi 14.) keräsimme kuvia auttamaan ideointia mahdollisesta ihokorusta. Tarkoituksena oli visioida teknologiakoru, joka heijastaa iholle liikkuvaa kuviota, valoa tai väriä; heijastus olisi personoitavissa.



KUVAKOLLAASI 14. Kaksikymmentä - vuotta konsepti DISCOVER.

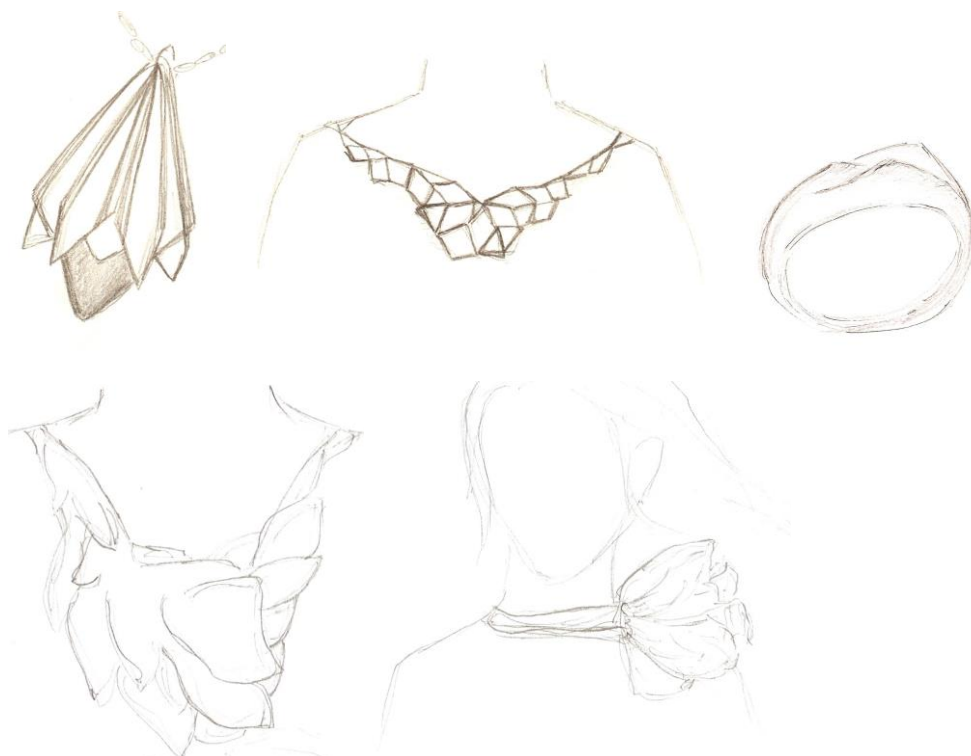
(Meskanen, Miettinen ja Vilhunen 2017.)

5.6 Uusia luonnoksia

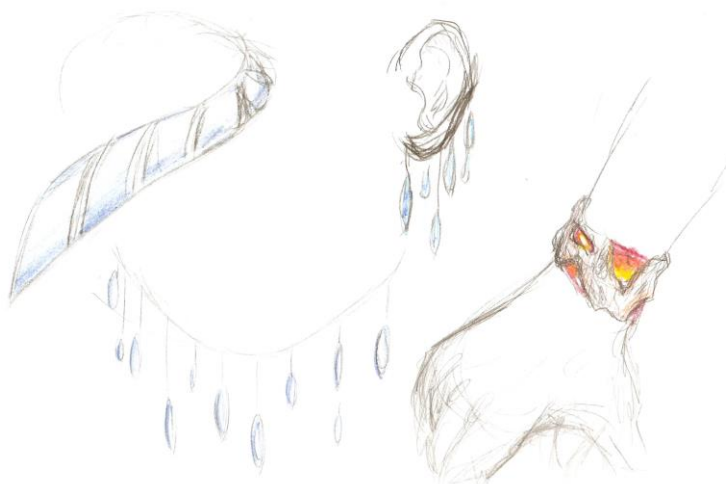
Saimme piirettyä uusia luonnoksia (kuvat 18, 19 ja s.35:20.) uuden GRAVEL - konseptin suunnan mukaisesti. Halusimme lähteä piirtämään ja luomaan näyttäviä ja erilaisia tuotteita, koska valitsemamme kolme korukonseptilinjausta Explore, Dream ja Discover sitä todella vaativat.



KUVA 18. Luonnoksia 1. (Miettinen 2017.)



KUVA 19. Luonnoksia 2. (Meskanen 2017.)



KUVA 20. Luonnoksia 3. (Vilhunen 2017.)

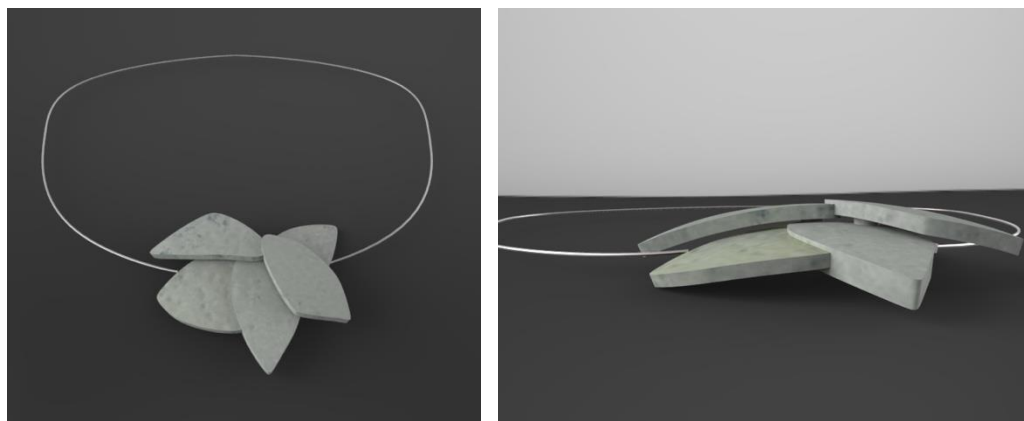
5.7 Toinen välipalaute

Esittelimme 08.02.2017 toisessa välipalautteessa Saurum Osakeyhtiön edustajille suunnan johon olimme päättäneet lähteä GRAVEL - konseptia kehittämään. Esittelimme toisessa välipalautteessa: uuden korukonseptin suunnan, koruluonnokset, kuvakollaasit, kohderyhmän, tarina kuvakäsikirjoituksen ja pakkaus idean. Toisen välipalautteen esittely tapahtui ”työmaakokous” periaatteella ilman diaesitystä. Saimme paljon hyvää palautetta sekä erinomaisia kehitysehdotuksia toisessa välipalautteessa. Seuraavassa on lueteltuina päällimmäiset kommentit.

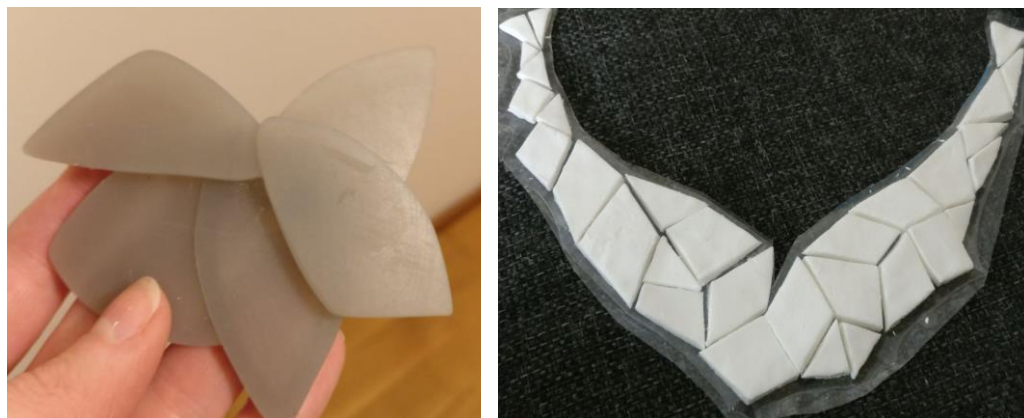
- Hyvä valinta edellisistä teemoista, teknologia hyvin mukana.
- Benchmarking on hyvä sekä tuote - että teknologiakuvatauluissa.
- Nimi mietityttää koska konsepti on lennonkkaampi.
- Konsepti lähtenyt liitoon varsinkin 10 - ja 20 - vuotta konseptit.
- 2 - vuotta konsepti näyttää realistiselle, varmaan teette protoja tuohon konseptiin.
- Luonnokset näyttävät meheviltä ja moderneilta.
- Kuvataulut todella onnistuneita.
- Leikitelkää ajatuksella, vaikkei olisikaan toteutettavissa.
- Huomioikaa pakkaus: osa tuotetta ja aina kokemus asiakkaalle.
- GRAVEL mainos/tarinavideo kuulostaa hyvältä.
- Hienoa että olette tutustuneet tekniikkaan ja vierailleet Citizenin kellosepän luona.
- Kysely erinomainen tietolähde.
- Nimi riitelee nykyisen tyylin kanssa, kuulostaa raffimmalta kuin tyyllisesti on.
- Mahdollinen ajatus että olisikin puhelinsovelluksia.
- Tekniikka kehittyy, joten hyvin kerättyä faktaa ja oivalluksia niiden pohjalta.

5.8 Hahmomallit ja mallinnetut tuotteet

Explore kaksi - vuotta korukonseptiin oli mahdollista toteuttaa kokeiluja (kuvat 21 - 26.). Tarkoituksena oli tehdä Explore - konseptiin tuotteita, joissa valo (led/valokuitu) on tuotteiden lähtökohtana. Tämä korukonsepti käyttäisi tuotteissa energialähteenä valoa, joka on varastoitunut aurinkokennojen kautta miniakkuun. Explore - korukonsepti on toteutettavissa tekniikkansa puolesta, mutta asettaen haasteita muotoilulle tekniikan sisältäessä vielä hieman isoja komponentteja.



KUVAT 21 ja 22. Hahmomalleja 1. (Meskanen 2017.)



KUVAT 23 ja 24. Hahmomalleja 2. (Meskanen 2017.)



KUVAT 25 ja 26. Hahmomalleja 3. (Meskanen 2017.)

Dream kymmenen - vuotta konseptin tuotteiden esittely päätettiin toteuttaa havainnekuvilla (kuvat s.37:27 - s.39:42.). Mallintaminen tapahtui Rhinoceros 3D - ohjelmalla ja renderöinti KeyShot - ohjelmalla. Tarkoituksena oli havainnollistaa tuotekuissa, miten tulevaisuudessa pystyttäisiin päällystämään periaatteessa mitä vain tuotetta taipuvalla ja joustavalla 0,01 mm näytöllä. Materiaalina näytön alla toimisi pehmeä kierrätysmuovi. Lataus tapahtuisi langattomasti esimerkiksi pöytätasolla, jossa on langaton lataus/induktio. Tuotteen sisällä olisi neulanpään kokoinen akku. Koru olisi personoitavissa puhelinsovelluksella, jolloin näyttöön saadaan liikkuva kuva, väri, muoto tai valo asiakkaan toiveen mukaan. Hyötytoiminnot/hyvinvointitoiminnot tuotteissa olisivat tässä konseptissa mahdollisia, esimerkiksi lähimaksu, muttei hallitsevia. Konseptin lähtökohdat ovat mahdollisia, mutta tarvitsee vielä aikaa suurempaan massatuotantoon. Periaatteessa tämä on mahdollinen konsepti, koska laboratorio olosuhteissa on pystytty kehittämään taipuva näyttö, joka on todella vain 0,01 mm. Materiaalina kierrätysmuovi olisi loistava ajatus, koska tulevaisuudessa maailma tulee olemaan jätemuovin kanssa ongelmassa. Pyrkimyksenä olisi saada jätemuovi hyötykäyttöön.



KUVAT 27 ja 28. Waves ring 1. (Miettinen 2017.)



KUVAT 29 ja 30. Waves ring 2. (Miettinen 2017.)



KUVAT 31 ja 32. Twine necklace 1. (Miettinen 2017.)



KUVAT 33 ja 34. Twine necklace 2. (Miettinen 2017.)



KUVAT 35 ja 36. Nano earring 1. (Miettinen 2017.)



KUVAT 37 ja 38. Nano earring 2. (Miettinen 2017.)



KUVAT 39 ja 40. Pixels pendant 1. (Meskanen 2017.)



KUVAT 41 ja 42. Pixels pendant 2. (Meskanen 2017.)

Discover kaksikymmentä - vuotta konseptiin valmistimme hahmomallin rannerenkaaksi, jotta saimme kuvattua Discover kaksikymmentä - vuotta konseptiin tuotevideon (kuva 43.). Kuvaa-
maamme videoon lisäsimme valoeffektejä Adobe Premiere - ohjelmalla. Tarkoitus oli tuoda esille visio
korusta, joka antaa käyttäjälleen mahdollisuuden erilaiseen ja näyttävään pukeutumiseen. Discover
koru ei ole konkreettinen koru vaan personoitavissa oleva projisointi käyttäjän omaan tarpeeseen
tilanteen mukaan. Hyöty - ja hyvinvointitoiminnot ovat mahdollisia tässä elektronisessa projisoivassa
ihokorussa. Lähtökohta että tekniikka on pientä ja vähän virtaa käyttävää. Tämä korukonsepti on
kaukaisempi visio tulevaisuuden korusta, mutta täysin mahdollinen tekniikan kehittyessä ja
pienentyessä.

Discover kaksikymmentä - vuotta tuotevideo löytyy hyperlinkistä: ([Discover - Projisointikoru](#))



KUVA 43. Konsepti Discover tuotekuva. (Meskanen, Miettinen ja Vilhunen 2017.)

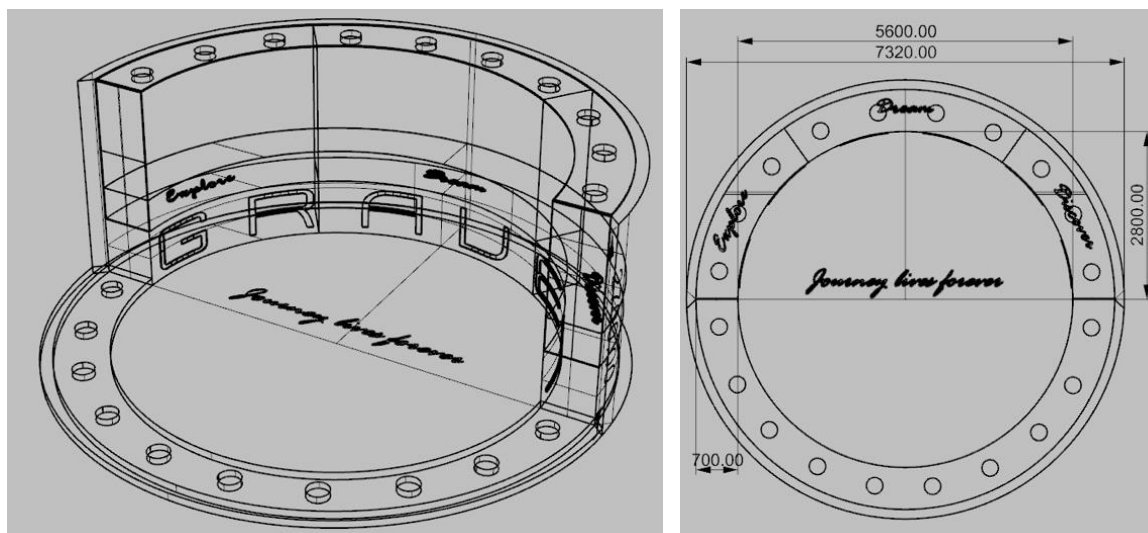
5.9 Pakkaus ja GRAVEL Showroom

Pakkaus (kuvat 44 ja 45.) suunniteltiin eri kokoiseksi tuotteen mukaan. Pakkauksen kanteen päätimme tehdä läpinäkyvän muoviratkaisun, jolloin tuote pääsee oikeuksiinsa. GRAVEL Showroomin hyllyille oli suunniteltu langaton lataus (induktio) jotta tuotteet ovat ladattuina Showroomissa ja asiakas näkee mihin kaikkeen tuotteet pystyvät ja mitä kuvia näyttöjen pinnalle pystytään saamaan. Pakkauksen oli tarkoitus mahdollistaa GRAVEL Showroomissa tuotteen lataus, vaikka tuote olisikin pakkauksessa. Pakkaukset tulisivat olemaan kierrätettyä muovia. Ulkonäöltään halusimme tuoda GRAVEL - konseptin näköisen pakkauksen tuomaan tuotteelle lisäarvoa, koska pakkaus on kuitenkin osa tuotetta ja antaa käyttäjälleen ainutkertaisen kokemuksen. Valitsimme kanteen pintastruktuuria ja mustan pakkauksen väriksi. Valmistaminen olisi mahdollista toteuttaa esimerkiksi 3D - printtaamalla.

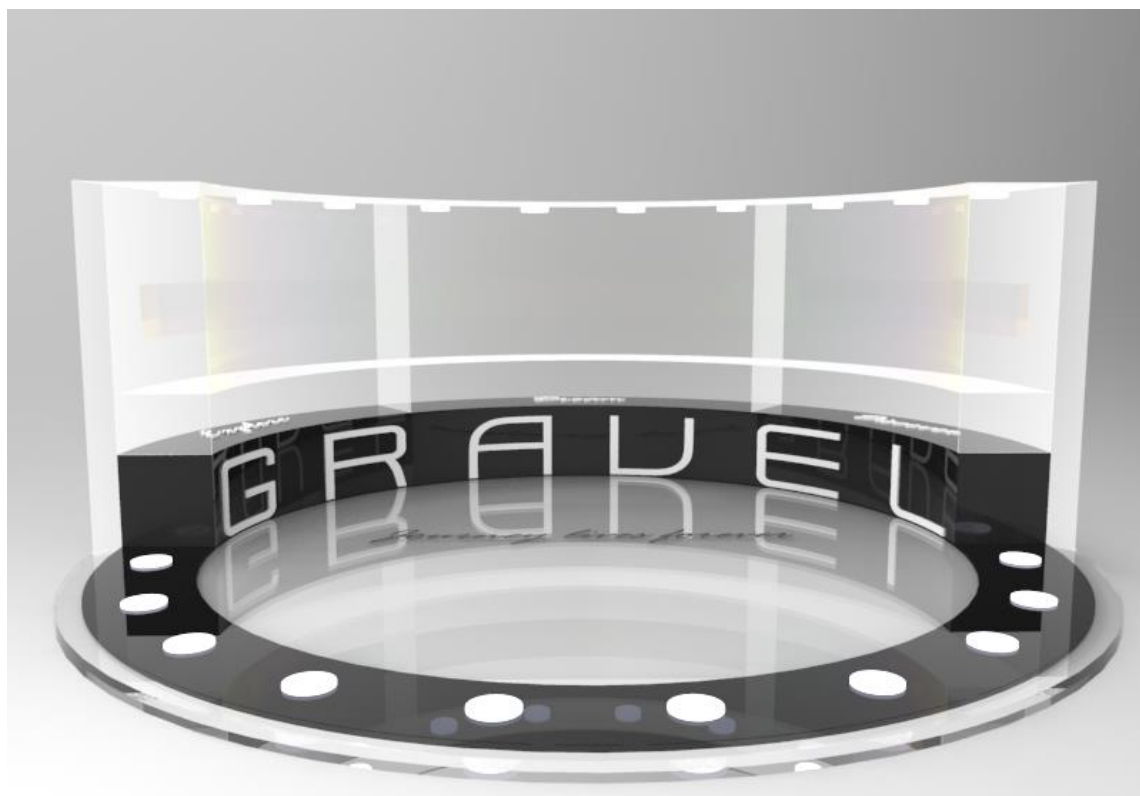


KUVAT 44 ja 45. Package. (Miettinen ja Vilhunen 2017.)

GRAVEL Showroomin (kuva 46, 47 ja 48.) on tarkoitus olla samalla myymälä sekä näyttelyalue GRAVEL tuotteille. GRAVEL Showroom tulisi toimimaan itsepalvelu periaatteella, koska itsepalvelukassat ovat rantautuneet jo Suomeenkin. Vitriinit tulisivat olemaan ohutta taipuvaa 0,01 mm display näyttöä, johon asiakas pystyy personoimaan, kokeilemaan koruja ja sovelluskuvia. Nämä muodostuvat display vitriinin näyttöön. Tuotteet pysyvät ladattuina koko ajan, koska tasoilla joissa korut säilytetään, löytyy langaton latausjärjestelmä/induktio. Showroomin vitriini on jaettu kolmeen osioon kolmen korukonseptin Explore, Dream ja Discover mukaisesti. Showroomin on tarkoitus olla näyttävä ja avara, ennen kaikkea GRAVEL - konseptia tukeva kokonaisuus.



KUVAT 46 ja 47. GRAVEL Showroom mittakaavassa. (Miettinen 2017.)



KUVA 48. GRAVEL Showroom. (Miettinen 2017.)

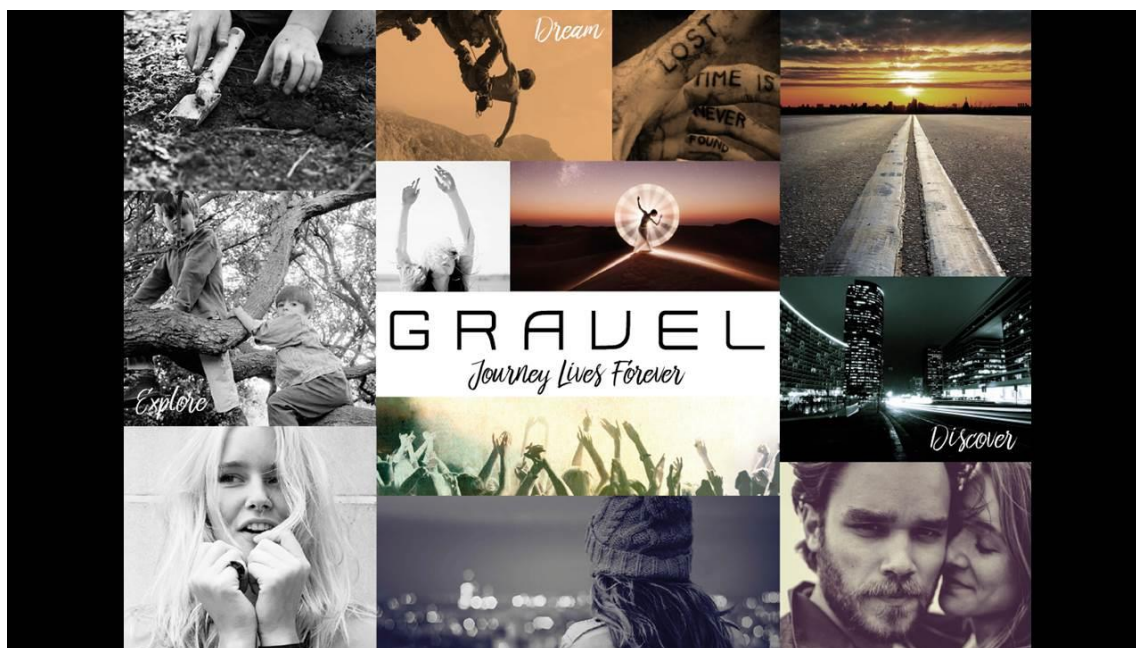
6 LOPPUTULOS JA LOPPUPALAUTE

Savonia - AMK koru- ja jalometallimuotoilun opiskelijoiden neljä erilaista ryhmää esitteli tulevaisuuden skenaaroihin pohjautuvat konseptinsa Saurum Osakeyhtiölle 12.04.2017 Saurum Osakeyhtiön tiloissa. Loppupalautetta antoivat muotoilujohtaja sekä Lumoava - designer Heikki Hartikainen, brändiassistentti Salla Räsänen ja 3D - suunnittelija Sanna Hindsberg. Tehtävänä oli suunnitella konsepti, joka soveltuu Saurum Osakeyhtiön tuotantoon ja vuoteen 2026. Esityksessä tuli olla brändin visuaalinen ilme logoineen, slogan/statement sekä brändin arvot ja potentiaalisen asiakkaan profiili. Korukonsepteja tuli esitellä kolme. Esittelimme GRAVEL - konseptin havainnekuvilla (lopputulos diat s.43:1 - s.53:21.). Tämän lisäksi esitykseen kuului tarinavideo GRAVEL Journey Lives Forever sekä tuotevideo korukonsepti Discover kaksikymmentä - vuotta.



KUVA 49. Lopputulos DIA 1. GRAVEL logo. (Meskanen, Miettinen ja Vilhunen 2017.)

GRAVEL Journey Lives Forever tarinavideo löytyy hyperlinkistä: ([GRAVEL - Journey Lives Forever](#))



KUVAKOLLAASI 15. Lopputulos DIA 2. GRAVEL Journey Lives Forever.

(Meskanen, Miettinen ja Vilhunen 2017.)



KUVA 50. Lopputulos DIA 3. Mainoskuva EXPLORE. (Meskanen, Miettinen ja Vilhunen 2017.)



KUVAKOLLAASI 16. Lopputulos DIA 4. EXPLORE. (Meskanen, Miettinen ja Vilhunen 2017.)



KUVA 51. Lopputulos DIA 5. Hahmomalli sormus EXPLORE konseptiin.
(Miettinen ja Vilhunen 2018.)



KUVA 52. Lopputulos DIA 6. Mainoskuva DREAM. (Meskanen, Miettinen ja Vilhunen 2017.)



KUVAKOLLAASI 17. Lopputulos DIA 7. DREAM. (Meskanen, Miettinen ja Vilhunen 2017.)

Twine Necklace

KUVA 53. Lopputulos DIA 8. Twine Necklace esityskuva tuotteesta DREAM konseptiin.

(Miettinen 2017.)

Nano Earring

KUVA 54. Lopputulos DIA 9. Nano Earring esityskuva tuotteesta DREAM konseptiin.

(Miettinen 2017.)

Waves Ring

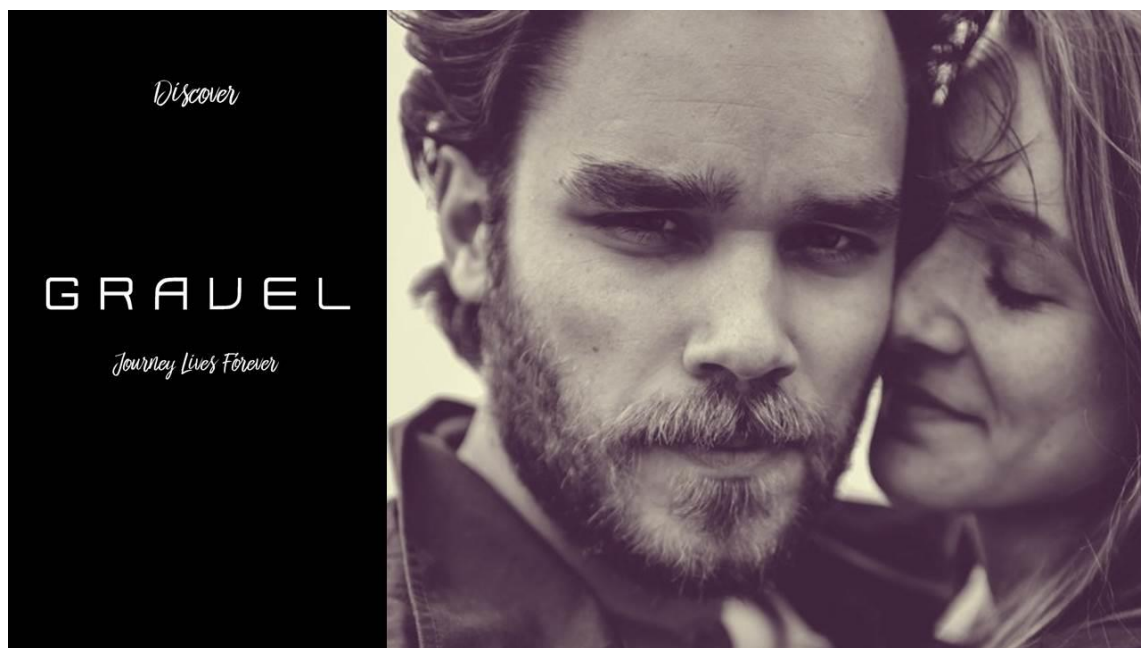
KUVA 55. Lopputulos DIA 10. Waves Ring esityskuva tuotteesta DREAM konseptiin.

(Miettinen 2017.)

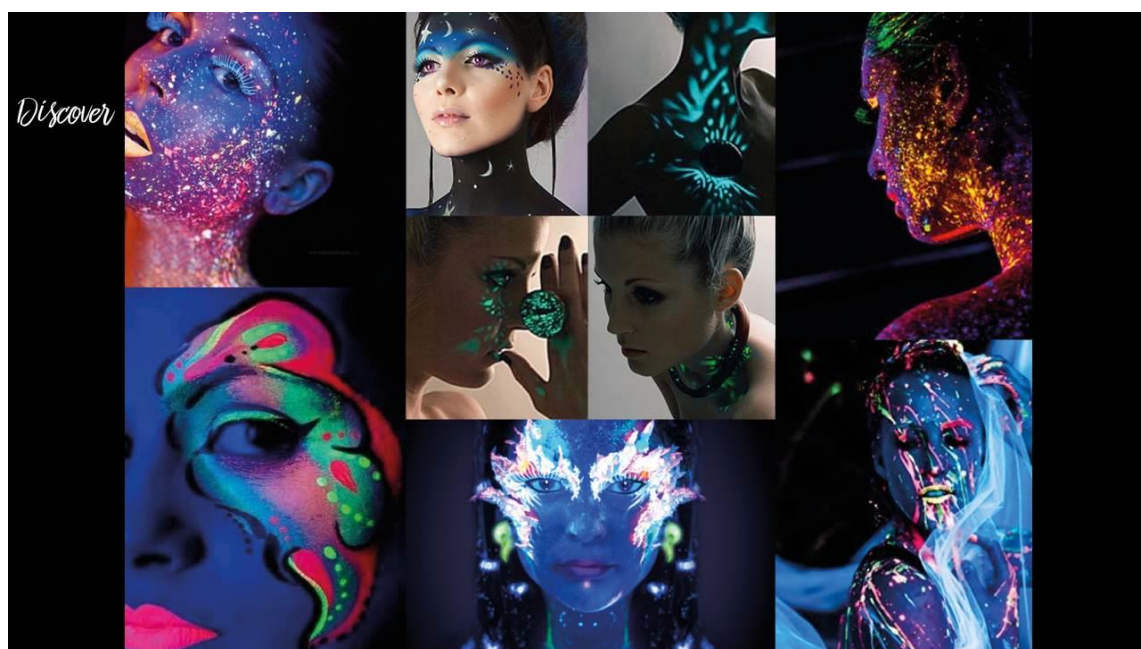
Pixels Pendant

KUVA 56. Lopputulos DIA 11. Pixels Pendant esityskuva tuotteesta DREAM konseptiin.

(Meskanen 2017.)



KUVA 57. Lopputulos DIA 12. Mainoskuva DISCOVER. (Meskanen, Miettinen ja Vilhunen 2017.)

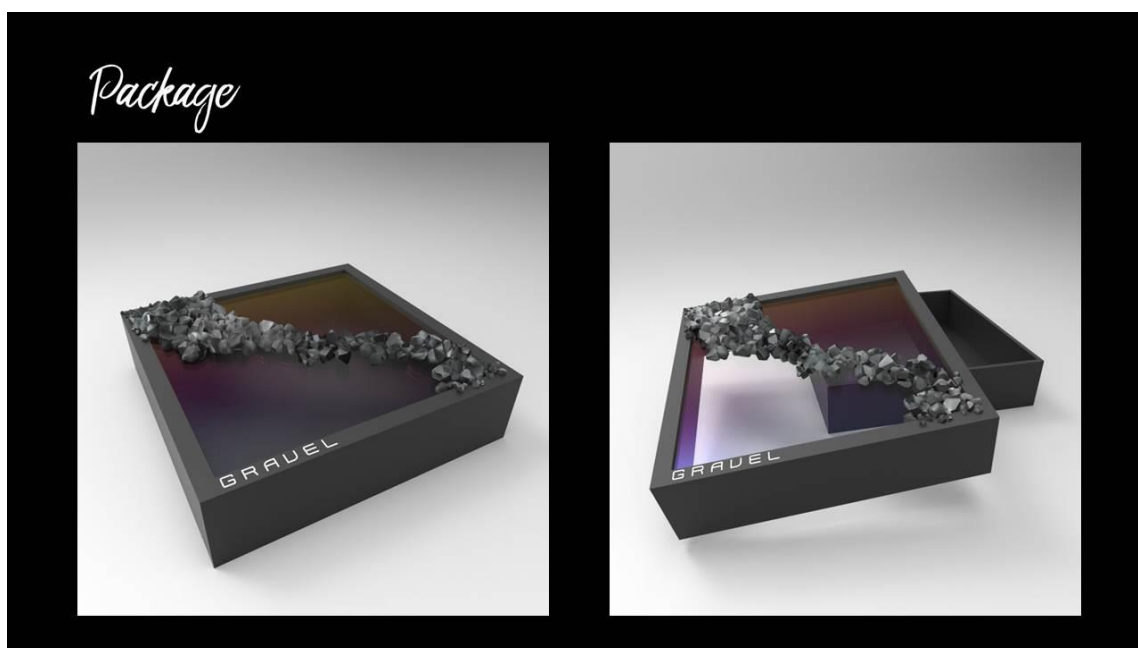


KUVAKOLLAASI 18. Lopputulos DIA 13. DISCOVER. (Meskanen, Miettinen ja Vilhunen 2017.)

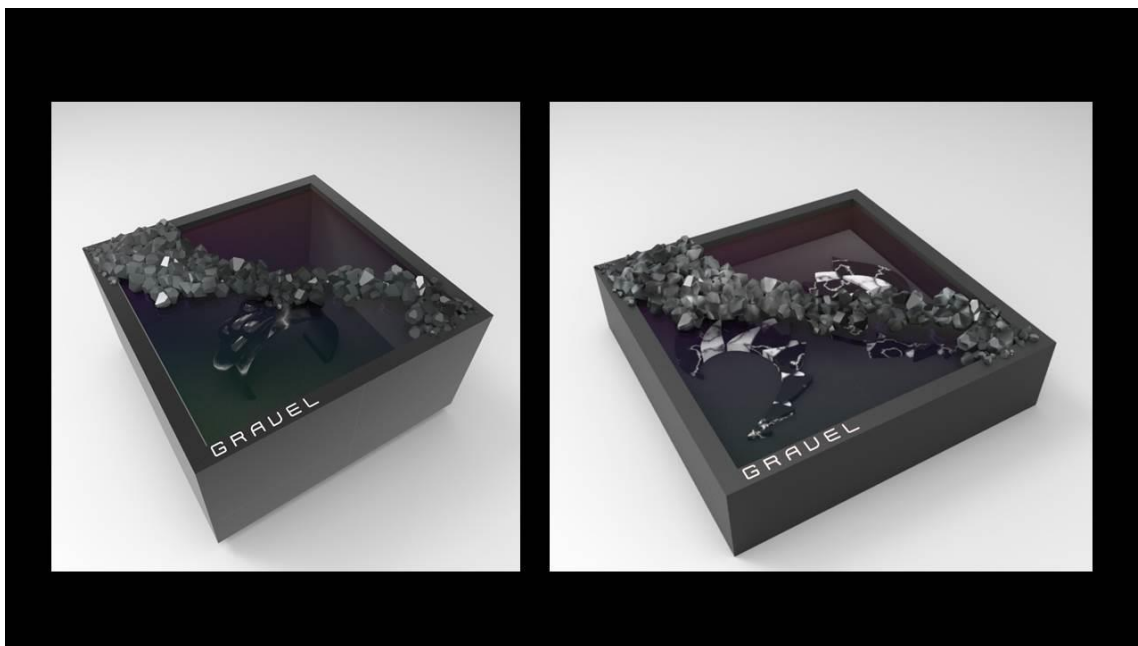


KUVA 58. Lopputulos DIA 14. Video tuotteesta DISCOVER konseptiin.
(Meskanen, Miettinen ja Vilhunen 2017.)

DISCOVER tuotevideo löytyy hyperlinkistä: ([Discover - Projisointikoru](#))

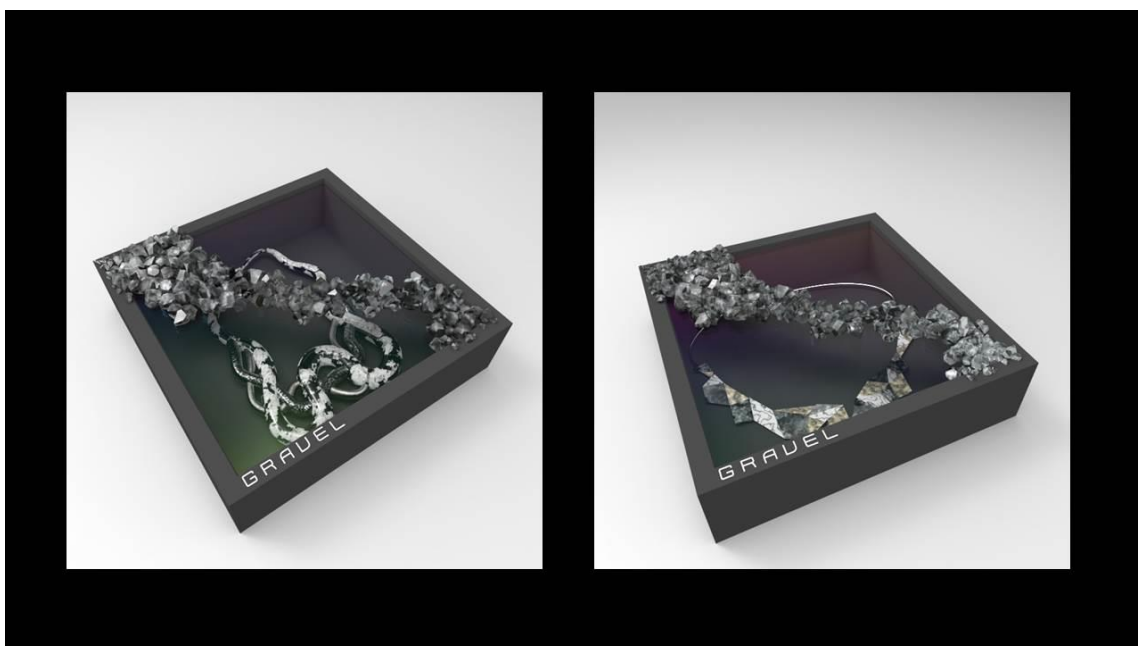


KUVA 59. Lopputulos DIA 15. Package. (Miettinen ja Vilhunen 2017.)



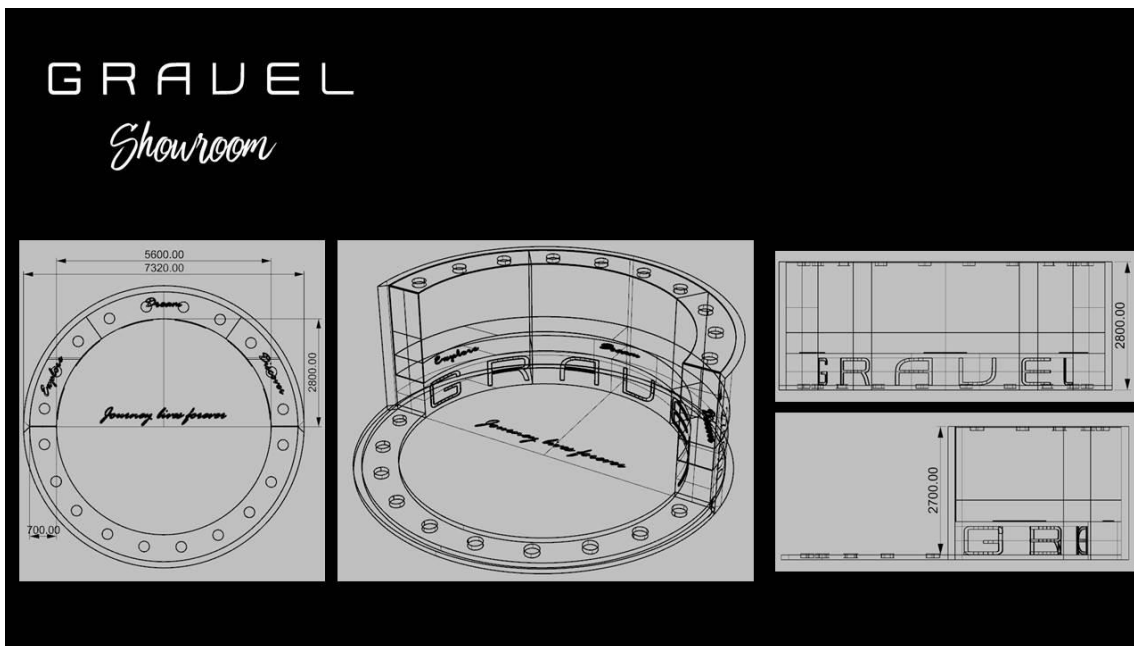
KUVA 60. Lopputulos DIA 16. Package/Waves Ring, Package/Nano Earring.

(Miettinen ja Vilhunen 2017.)

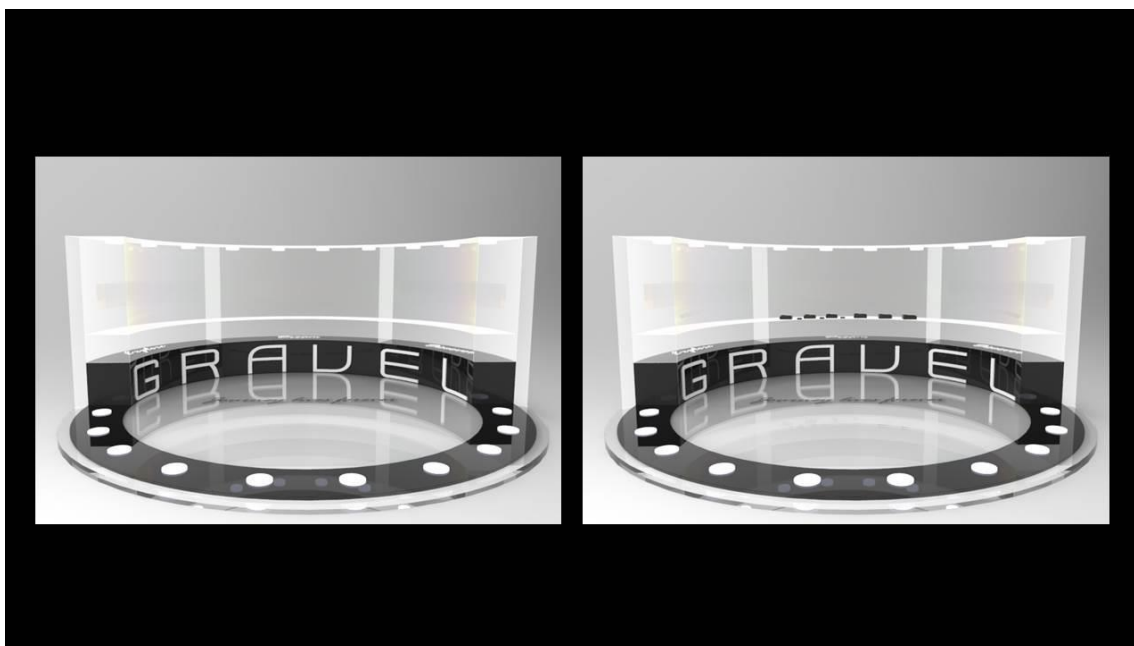


KUVA 61. Lopputulos DIA 17. Package/Twine Necklace, Package/Pixels Pendant.

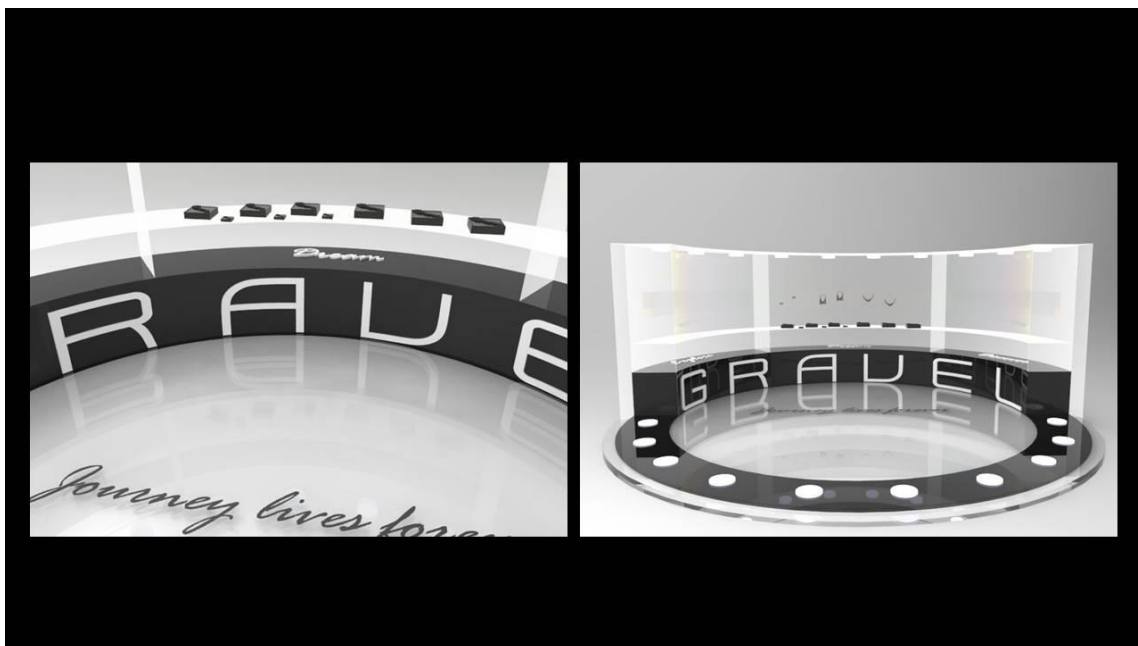
(Miettinen ja Vilhunen 2017.)



KUVA 62. Lopputulos DIA 18. GRAVEL Showroom 1. (Miettinen 2017.)



KUVA 63. Lopputulos DIA 19. GRAVEL Showroom 2. (Miettinen 2017.)



KUVA 64. Lopputulos DIA 20. GRAVEL Showroom 3. (Miettinen 2017.)



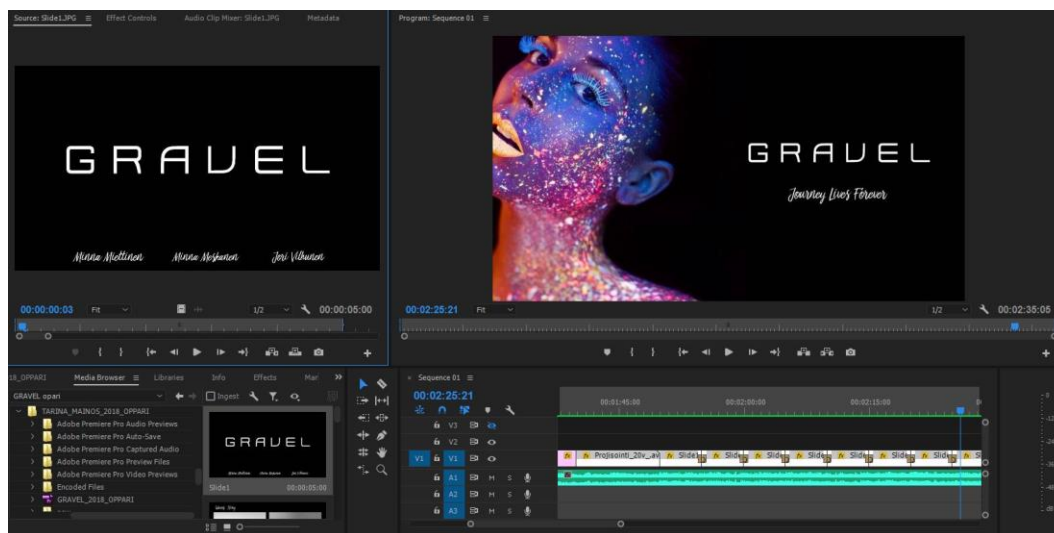
KUVA 65. Lopputulos DIA 21. Konsepti GRAVEL Journey Lives Forever.
(Meskanen, Miettinen ja Vilhunen 2017.)

GRAVEL - konseptin esittely meni erinoimaisesti ja saimme palautetta Saurum Osakeyhtiön edustajilta. Palaute oli hyvää ja ennen kaikkea kehuja sai konseptin idea jakaa tarina ja aika jatkumoon Explore: kaksi - vuotta konsepti, Dream: kymmenen - vuotta konsepti ja Discover: kaksikymmentä - vuotta konsepti jotka muodostavat kokonaisuuden Journey Lives Forever. Hyvää palautetta tuli korukonsepti ehotelmista, jotka olivat Saurum Osakeyhtiön edustajien mielestä erilaisia ja oivaltavia. Visiot korukonsepteista pohjautuivat oikeaan mahdolliseen kehittyvään tekniikkaan tulevaisuudessa, jolloin konsepti sai uskottavuutta Saurum Osakeyhtiön edustajien mielestä. Kehuja sai GRAVEL - konseptin graaffinen ilme ja taitto. Kokonaisuudessaan palaute oli todella positiivista. Ennen kaikkea kehuja sai konseptin erilaisuus, joka pohjautui faktatietoon ja tulevaisuuden tekniikan kehitykseen. Olimme ryhmänä todella tyytyväisiä projektiin ja sen lopputulokseen.

7 VIDEOSYNTESI JA LOPPUPOHDINTA

Tämän opinnäytetyön toinen tavoite oli kerätä konseptin GRAVEL lopputulos videolle. Videosynteesin on tarkoitus esitellä Smart Planet skenaarion pohjalta syntynyt konsepti GRAVEL. Videosynteesi sisältää tarinavideon, mainoskuvat korukonsepteista, havainnekuvat tuotteista, havainnekuvat pakkauksesta, havainnekuvat GRAVEL Showroomista, EXPLORE - kuvakollaasin, DREAM - kuvakollaasin ja DISCOVER - kuvakollaasin. Videosynteesi koostuu materiaalista, joka on esitelty Saurum Osakeyhtiön edustajille 12.04.2017. Video on tehty Adobe Premiere - ohjelmalla. Tarkoituksena videosynteesissä on koota GRAVEL - konseptin lopputulos yhdeksi kokonaisuudeksi. Fontit: Dafont - bringshoot ja Agasana New. Musiikki: (Steve Ball - Fly By.) ja (Slow Motion - Bensound.)

Adobe Premiere - ohjelmalla (Screenshot 1.) pystytään tekemään videokokonaisuus, johon voidaan liittää musiikki videon yhteyteen. Adobe Premiere - ohjelma on miellyttävä ja helppo käyttää. Tarkoituksena oli koota video samaan järjestykseen sisältäen samat havainnekuvat, mainoskuvat, kuvataulut, Discover - tuotevideon ja tarinavideon jotka olimme esitelleet Saurum Osakeyhtiön edustajille. Visioni oli luoda videoon tulevaisuuden utopiaan avautuva näkymä, koska kyseessä oli konsepti joka, pohjautui Smart Planet skenaarioon. Halusin videon toimivan omana kokonaisuutenaan, esitellen GRAVEL - konseptin lopputuloksen. Uskon että katsoja saa kuitenkin enemmän irti tästä konseptiprojektista, tutustumalla sekä videosynteesiin että tähän opinnäytetyöraporttiin. Konseptiprojektia ei voinut videosynteesiin kuitenkaan kokonaisuudessaan mahduttaa, tai videosta olisi tullut liian pitkä. Lopullisen videosynteesin pituudeksi tuli 3.02 minuuttia.



SCREENSHOT 1. GRAVEL videosynteesi premiere - ohjelmalla. (Miettinen 2018.)

Videosynteesi löytyy hyperlinkistä: ([GRAVEL - Videosynteesi](#))

Valitettavasti konsepti GRAVEL jäi vain konseptin asteelle päätyen tämän opinnäytetyön aiheeksi. Kokonaisuuden huomioon ottaen haluaisin uskoa GRAVEL - konseptiin pienillä muutoksilla, että tulevaisuudessa teknologia pienenee ja materiaaleja tulee lisää markkinoille. Tämän faktan kautta uskon todella teknologiakorun kehitykseen. Muutamien vuosien kuluessa teknologiakorut tulevat olemaan todella suosittuja auttaen ihmisiä hyöty - ja hyvinvointitoiminnoilla. Unohtamatta esteetistä teknologiakorua, joka voi sisältää hyöty - ja hyvinvointitoimintoja. Nämä toiminnot eivät ole kuitenkaan hallitsevia elementtejä. Teknologiakorujen mahdollinen personointimahdollisuus kasvattaa käyttäjäryhmää tulevaisuudessa. Tekniikan pienentyessä ja kehittyessä teknologiakorujen markkinat tulevat mullistumaan lähi vuosien aikana, kuten esimerkiksi näytön taipuessa ja ollessa 0,01 mm ohutta. Tälläkin hetkellä niin sanotut älykorut ovat suosittuja, mutta eivät vastaa käyttäjän tarpeita tai ovat muuten muotoilultaan epäonnistuneita tekniikan viedessä tuotteesta tilaa muotoilun kustanuksella. Koen että minulla olisi intoa ja halua kehittää teknologiakorukonseptia tulevaisuudessa eteenpäin, uskon teknologiakorujen potentiaaliin ja puettavan teknologian markkina - arvon kasvuun lähitulevaisuudessa. Mielenkiintoista on siis nähdä, mitä tapahtuu muutamien vuosien kuluessa ja ennen kaikkea vuoteen 2026 mennessä. Osuimmeko oikeaan Smart Planet skenaarion pohjalta syntyneessä konseptissa GRAVEL?

Tavoitteena tässä opinnäytetyössä oli esitellä ja kuvata GRAVEL - konseptin työprosessi ja sen kehittyminen, suunnitelmasta aina Saurum Osakeyhtiölle esitettyyn valmiiseen lopputulokseen asti. Onnistuin mielestäni opinnäytetyön raportissa kokoamaan erinomaisesti yhteen koko vuoden kestäneen yhteisen projektin Minna Meskasen ja Jori Vilhusen kanssa. Raportti etenee mielestäni kronologisesti ja selkeästi kertoen konseptiprojektin lähtökohdat, muutoksen, kehityksen ja lopputuloksen. Toisena tavoitteena tässä opinnäytetyössä, oli koota videosynteesiin GRAVEL - konseptin lopputulos. Videosynteesi on mielestäni visuaalisesti onnistunut kokonaisuus, jossa tulevaisuuden utopistinen tunnelma välittyy katsojalleen. Videosynteesi esittelee mielestäni erinomaisesti Smart Planet skenaarion pohjalta syntyneen konseptin GRAVEL lopputuloksen, lisäksi uskon katselijan uppoutuvan mukaan tarinaan Journey Lives Forever. Videosynteesi toimii mielestäni omana kokonaisuutena katsojalle, mutta tämä opinnäytetyön raportti avaa kiinnostuneille mahdollisuuden kurkistaa GRAVEL - konseptin matkaan ja sen käännteisiin tarkemmin.

GRAVEL - konseptiprojektin aikana ammatillinen, muotoilullinen kehittyminen ja varmuus muotoilijana ovat kasvaneet. Konseptiprojektin koen kehittäneen ja kasvattaneen omaa ammatti - identiteettiäni. Tämän konseptiprojektin aikana yhteistyö Saurum Osakeyhtiön kanssa, kehitti omaa ammatillista osaamista ja antoi valmiuksia työelämään. Suunnittelu - ja muotoiluprosessin hallinta, oli konseptiprojektin aikana vahvuuteni. Konseptiprojektin laajuus ja vaatavuus mielestäni näkyy lopputuloksesta, työskentelymme oli todella kunnianhimoista ja motivoitunutta. Olen todella tyytyväinen projektin etenemiseen ja projektiin kokonaisuudessaan. Tulevaisuus näyttää mihin tie vie;

Journey Lives Forever

KUVALUETTELO

KUVA 1. Saurum kalvosinnapit. Saatavissa [07.05.2018.]:

<http://www.saurum.fi/fi/tuoteperheet/saurum/>

KUVA 2. Lumoava NEFER riipus, muotoilija: Eelis Aleksi. Saatavissa [07.05.2018.]:

<https://lumoava.fi/korusarjat/nefer/561400000>

KUVA 3. GRAVEL logo. 2016. Meskanen Minna, Miettinen Minna ja Vilhunen Jori. Tekijän arkisto.

KUVA 4. Ensimmäinen välipalaute DIA 1. GRAVEL logo. 2016. Meskanen Minna, Miettinen Minna ja Vilhunen Jori. Tekijän arkisto.

KUVA 5. Ensimmäinen välipalaute DIA 4. Ensimmäisen korukonseptin mainoskuva.

Saatavissa [10.11.2016.]:

http://www.obiettivoamore.it/wp-content/uploads/2016/02/man-1031506_19201-860x484.jpg

KUVA 6. Ensimmäinen välipalaute DIA 5. Ensimmäinen korkonsepti: rouhea/raffi koru.

Saatavissa [10.11.2016.]:

<http://s2.favim.com/orig/150531/color-hair-girl-grunge-hair-Favim.com-2779852.jpg>

KUVA 7. Ensimmäinen välipalaute DIA 6. Ensimmäisen korukonseptin luonnoksia. 2016. Miettinen Minna. Tekijän arkisto.

KUVA 8. Ensimmäinen välipalaute DIA 8. Toisen korukonseptin mainoskuva. Saatavissa

[10.11.2016.]:

<https://s-media-cache-ak0.pinimg.com/736x/1d/01/c6/1d01c620f536e0d4111116284e3e907d.jpg>

KUVA 9. Ensimmäinen välipalaute DIA 9. Toinen korukonsepti: miesten koru.

Saatavissa [10.11.2016.]:

<http://data.whicdn.com/images/79351421/large.jpg>

KUVA 10. Ensimmäinen välipalaute DIA 10. Toisen korukonseptin luonnoksia. 2016. Vilhunen Jori. Tekijän arkisto.

KUVA 11. Ensimmäinen välipalautte DIA 12. Kolmannen korukonseptin mainoskuva.

Saatavissa [10.11.2016.]:

https://az616578.vo.msecnd.net/files/2016/11/12/636145689987311028-841097882_Lonely-girl-miss-you.jpg

KUVA 12. Ensimmäinen välipalautte DIA 13. Kolmas korukonsepti: teknologiakoruu.

Saatavissa [10.11.2016.]:

<http://www.3ders.org/articles/20151209-chromat-and-metalepsis-introduce-bold-futuristic-3d-printed-jewelry-line.html>

KUVA 13. Ensimmäinen välipalautte DIA 14. Kolmannen korukonseptin luonnoksia. 2016. Meskanen Minna. Tekijän arkisto.

KUVAT 14, 15 ja 16. Citizen - kellon osia. 2017. Miettinen Minna. Tekijän arkisto.

KUVA 17. Aurinkokenno proto. 2017. Meskanen Minna. Tekijän arkisto.

KUVA 18. Luonnoksia 1. 2017. Miettinen Minna. Tekijän arkisto.

KUVA 19. Luonnoksia 2. 2017. Meskanen Minna. Tekijän arkisto.

KUVA 20. Luonnoksia 3. 2017. Vilhunen Jori. Tekijän arkisto.

KUVAT 21 ja 22. Hahmomalleja 1. 2017. Meskanen Minna. Tekijän arkisto.

KUVAT 23 ja 24. Hahmomalleja 2. 2017. Meskanen Minna. Tekijän arkisto.

KUVAT 25 ja 26. Hahmomalleja 3. 2017. Meskanen Minna. Tekijän arkisto.

KUVAT 27 ja 28. Waves ring 1. 2017. Miettinen Minna. Tekijän arkisto.

KUVAT 29 ja 30. Waves ring 2. 2017. Miettinen Minna. Tekijän arkisto.

KUVAT 31 ja 32. Twine necklace 1. 2017. Miettinen Minna. Tekijän arkisto.

KUVAT 33 ja 34. Twine necklace 2. 2017. Miettinen Minna. Tekijän arkisto.

KUVAT 35 ja 36. Nano earring 1. 2017. Miettinen Minna. Tekijän arkisto.

KUVAT 37 ja 38. Nano earring 2. 2017. Miettinen Minna. Tekijän arkisto.

KUVAT 39 ja 40. Pixels pendant 1. 2017. Meskanen Minna. Tekijän arkisto.

KUVAT 41 ja 42. Pixels pendant 2. 2017. Meskanen Minna. Tekijän arkisto.

KUVA 43. Konsepti Discover tuotekuva. 2017. Meskanen Minna, Miettinen Minna ja Vilhunen Jori. Tekijän arkisto.

KUVAT 44 ja 45. Package. 2017. Miettinen Minna ja Vilhunen Jori. Tekijän arkisto.

KUVAT 46 ja 47. GRAVEL Showroom mittakaavassa. 2017. Miettinen Minna. Tekijän arkisto.

KUVA 48. GRAVEL Showroom. 2017. Miettinen Minna. Tekijän arkisto.

KUVA 49. Lopputulos DIA 1. GRAVEL logo. 2017. Meskanen Minna, Miettinen Minna ja Vilhunen Jori. Tekijän arkisto.

KUVA 50. Lopputulos DIA 3. Mainoskuva EXPLORE. Saatavissa [08.02.2017.]:

<http://thetribemagazine.com/puzzle-pieces/>

KUVA 51. Lopputulos DIA 5. Hahmomalli sormus EXPLORE konseptiin. 2018. Miettinen Minna ja Vilhunen Jori. Tekijän arkisto.

KUVA 52. Lopputulos DIA 6. Mainoskuva DREAM. Saatavissa [10.11.2016.]:

https://az616578.vo.msecnd.net/files/2016/11/12/636145689987311028-841097882_Lonely-girl-miss-you.jpg

KUVA 53. Lopputulos DIA 8. Twine Necklace esityskuva tuotteesta DREAM konseptiin. 2017. Miettinen Minna. Tekijän arkisto.

KUVA 54. Lopputulos DIA 9. Nano Earring esityskuva tuotteesta DREAM konseptiin. 2017. Miettinen Minna. Tekijän arkisto.

KUVA 55. Lopputulos DIA 10. Waves Ring esityskuva tuotteesta DREAM konseptiin. 2017. Miettinen Minna. Tekijän arkisto.

KUVA 56. Lopputulos DIA 11. Pixels Pendant esityskuva tuotteesta DREAM konseptiin. 2017. Meskanen Minna. Tekijän arkisto.

KUVA 57. Lopputulos DIA 12. Mainoskuva DISCOVER. Saatavissa [10.11.2016.]:
http://www.obiettivoamore.it/wp-content/uploads/2016/02/man-1031506_19201-860x484.jpg

KUVA 58. Lopputulos DIA 14. Video tuotteesta DISCOVER konseptiin. 2017. Meskanen Minna, Miettinen Minna ja Vilhunen Jori. Tekijän arkisto.

KUVA 59. Lopputulos DIA 15. Package. 2017. Miettinen Minna ja Vilhunen Jori. Tekijän arkisto.

KUVA 60. Lopputulos DIA 16. Package/Waves Ring, Package/Nano Earring. 2017. Miettinen Minna ja Vilhunen Jori. Tekijän arkisto.

KUVA 61. Lopputulos DIA 17. Package/Twine Necklace, Package/Pixels Pendant. 2017. Miettinen Minna ja Vilhunen Jori. Tekijän arkisto.

KUVA 62. Lopputulos DIA 18. GRAVEL Showroom 1. 2017. Miettinen Minna. Tekijän arkisto.

KUVA 63. Lopputulos DIA 19. GRAVEL Showroom 2. 2017. Miettinen Minna. Tekijän arkisto.

KUVA 64. Lopputulos DIA 20. GRAVEL Showroom 3. 2017. Miettinen Minna. Tekijän arkisto.

KUVA 65. Lopputulos DIA 21. Konsepti GRAVEL Journey Lives Forever. Saatavissa [08.02.2017.]:
<https://www.pinterest.com/pin/489344315735615524/>

KUVAKOLLAASI 1. Smart Planet. Saatavissa [10.11.2016.]:

<http://retaildesignblog.net/?s=maiko+takeda>

<http://www.vubtoday.be/en/content/visual-revolution-3d-4k-and-360°-images>

<http://wscsco-online.com/2017/02/20/smart-cities-the-future-of-sustainable-living/>

<http://www.prototypetoday.com/eos/cookson-precious-metals-unveils-dmls-machine-prototype>

<http://performancedrive.com.au/toroidion-1mw-from-finland-previews-the-future-of-supercars-2108/>

KUVAKOLLAASI 2. Smart Planet konseptin arvot.

KUVAKOLLAASI 5. Ensimmäinen välipalaute DIA 2. Smart Planet konseptin arvot.

Saatavissa [10.11.2016.]:

<http://tasteslikeglitterandrocnroll.tumblr.com/post/82060273082>

<http://tasteslikeglitterandrocnroll.tumblr.com/post/71660508777>

<http://i.huffpost.com/gen/1362572/images/o-WOMEN-FRIENDS-facebook.jpg>

<http://www.rebelsociety.com/wp-content/uploads/2016/03/LivingMagicBeingOneRapture.jpg>

<http://s4.favim.com/orig/140905/amazing-awesome-beach-beautiful-Favim.com-2049764.jpg>

<http://retaildesignblog.net/?s=maiko+takeda>

https://secure.static.tumblr.com/94f01442a714694bf8f0fcc15e4abd62/za2xkpd/d99nhs195/tumblr_static_tumblr_static_filename_640.jpg

KUVAKOLLAASI 3. Riia Räväkkä. Saatavissa [10.11.2016.]:

http://67.media.tumblr.com/f2d419b0914f79d6ff494ecd446c8603/tumblr_nkuqem-bYmo1ty6lhgo1_500.jpg

<http://s4.favim.com/orig/140905/amazing-awesome-beach-beautiful-Favim.com-2049764.jpg>

<http://s2.favim.com/orig/150531/color-hair-girl-grunge-hair-Favim.com-2779852.jpg>

<http://www.rebelsociety.com/wp-content/uploads/2016/03/LivingMagicBeingOneRapture.jpg>

<http://assets.rebelcircus.com/blog/wp-content/uploads/2014/11/grunge-clothing-essentials-bg.jpg>

<http://tasteslikeglitterandrocnroll.tumblr.com/post/95338123833>

<http://tasteslikeglitterandrocnroll.tumblr.com/post/67516963788>

https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/f/f0/Wageningen_University_-_Building_Lumen.JPG

<http://i.huffpost.com/gen/1362572/images/o-WOMEN-FRIENDS-facebook.jpg>

https://secure.static.tumblr.com/94f01442a714694bf8f0fcc15e4abd62/za2xkpd/d99nhs195/tumblr_static_tumblr_static_filename_640.jpg

<http://terrapiinmudrun.com/wp-content/uploads/2015/02/jogg3.jpg>

http://cdn.designinstruct.com/files/123-grunge_walls_istanbul/grunge_wall_in_istanbul_07.jpg

<http://iteenmagazine.com/2014/12/finding-your-personal-style/>

https://az616578.vo.msecnd.net/files/2016/11/12/636145689987311028-841097882_Lonely-girl-miss-you.jpg

KUVAKOLLAASI 4. Roope Rouhea. Saatavissa [10.11.2016.]:

<http://data.whicdn.com/images/79351421/large.jpg>

<http://tasteslikeglitterandrocnroll.tumblr.com/post/82060273082>

<http://tasteslikeglitterandrocnroll.tumblr.com/post/71660508777>

<http://tasteslikeglitterandrocnroll.tumblr.com/post/68233081004>

<http://tasteslikeglitterandrocnroll.tumblr.com/post/67410238974>

http://www.rybatut24.ru/published/publicdata/PROSTORE/attachments/SC/products_pictures/Hossa_Lifestyle_1qj_enl.jpg

<http://wallpapercave.com/wp/8pVvCy0.jpg>

<http://smallhouseswoon.com/wp-content/uploads/2014/06/creekside-cabin-amy-alper-architect-2.jpg>

<http://www.despoke.com/2013/05/16/is-this-the-perfect-escape/>

[http://www.thehansindia.com/assets/24\(17\).jpg](http://www.thehansindia.com/assets/24(17).jpg)

http://www.obiettivoamore.it/wp-content/uploads/2016/02/man-1031506_19201-860x484.jpg

<http://www.stylegirlfriend.com/wp-content/uploads/2015/07/gym-weights.jpg>

[https://scontent.cdninstagram.com/t51.2885-](https://scontent.cdninstagram.com/t51.2885-15/sh0.08/e35/p640x640/13398496_868330099977189_2035444735_n.jpg?ig_cache_key=MTI3Njc)

[15/sh0.08/e35/p640x640/13398496_868330099977189_2035444735_n.jpg?ig_cache_key=MTI3Njc](https://scontent.cdninstagram.com/t51.2885-15/sh0.08/e35/p640x640/13398496_868330099977189_2035444735_n.jpg?ig_cache_key=MTI3Njc)
[yNjM4NDUwMTIwNTE4Mg==.2](https://scontent.cdninstagram.com/t51.2885-15/sh0.08/e35/p640x640/13398496_868330099977189_2035444735_n.jpg?ig_cache_key=MTI3Njc)

KUVAKOLLAASI 6. Ensimmäinen välipalaute DIA 3. Ensimmäisen korukonseptin tarina.

Saatavissa [10.11.2016.]:

<http://static.guim.co.uk/sys-images/Travel/Pix/pictures/2013/7/30/1375201577247/Children-playing-in-a-tre-011.jpg>

http://seacoastworship.com/uploads/546a2259-4b30-4420-b1fb-63b1d061b3ee/Campfire_guitar.jpg

<http://i.huffpost.com/gen/813511/images/o-FRIENDSHIP-facebook.jpg>

<https://thumbs.dreamstime.com/z/dirty-kid-happy-kid-2-184924.jpg>

KUVAKOLLAASI 7. Ensimmäinen välipalaute DIA 7. Toisen korukonseptin tarina.

Saatavissa [10.11.2016.]:

https://organicthemes.com/demo/adventure/files/2013/08/featured_post_03.jpg

<http://www.outdoor-sport-leisure.net/images/climbing.jpg>

<http://www.menstattooideas.net/tattooimages/2015/07/010-hand-tattoo-idea-for-men.jpg?3d6f43>

KUVAKOLLAASI 8. Ensimmäinen välipalaute DIA 11. Kolmannen korukonseptin tarina.

Saatavissa [10.11.2016.]:

<https://photosfine.files.wordpress.com/2012/04/road-to-the-city.jpg>

<http://www.clker.com/cliparts/0/7/4/8/1354873853203530973318374-road-street-city.jpg>

https://media.mnn.com/assets/images/2015/12/ericpare-lighttubes-milkyway.jpg.990x0_q80_crop-smart.jpg

http://s3.amazonaws.com/churchplantmedia-cms/harvest_family_church_fayetteville_nc/encounters.jpg

KUVAKOLLAASI 9. Teknologiakorut, benchmarking. Saatavissa [08.02.2017.]:

<http://www.sportswearable.net/10-best-smart-jewellery-brands/>

<http://www.itechwearer.com/tag/apple/>

<https://urbanwearables.technology/iring-or-apple-ring-smart-jewelry-patent-by-apple/>

<http://www.kalevalainnovationlab.com/> - smart-jewelry

<http://www.yankodesign.com/2010/12/06/interactive-electronic-jewelry/>

<https://inhabitat.com/ecouterre/intel-opening-ceremony-unveil-high-tech-bracelets-at-new-york-fashion-week/intel-opening-ceremony-mica-3/>

<https://www.thingyclub.com/blogs/news/18364932-fashion-and-functionality-meet-in-smart-jewelry>

<https://goodereader.com/blog/e-paper/the-e-ink-accessories-you-need-to-be-fashionable>

<https://the-gadgeteer.com/2015/12/23/fossil-has-joined-the-health-tracking-craze-with-the-q-revealer-activity-tracker/>

<http://www.suunto.com/fi-FI/Urheilukellomallistot/Suunto-Spartan--mallisto/>

<https://www.polar.com/fi/tuotteet>

<https://www.springwise.com/smart-bracelet-infinite-changeable-designs/>

KUVAKOLLAASI 10. Tekniikka, benchmarking. Saatavissa [08.02.2017.]:

<http://www.sportswearable.net/10-best-smart-jewellery-brands/>

<https://inhabitat.com/ecouterre/bond-a-pair-of-vibrating-accessories-that-help-you-stay-in-touch-literally/bond-vibrating-bracelet-4/>

<http://siikaverkko.fi/wp-content/uploads/valokuitu2.jpg>

<http://www.armstrongrockwell.com/Omega/SeamasterPro86927832Back.jpg>

<https://www.androidauthority.com/when-will-flexible-displays-arrive-688227/>

<http://www.dailymail.co.uk/sciencetech/article-3542072/The-electronic-skin-fitted-disco-lights-Sticky-film-lead-wearable-screens-track-health-FILMS.html>

https://www.photonics.com/a55014/MicroLED_Sources_Enable_Diverse_Ultralow-Power

<http://www.damngeeky.com/2014/09/30/25652/portal-wearable-smartphone-flexible-display.html>

<http://www.damngeeky.com/2013/08/28/13638/fos-wearable-led-display-system-for-speaking-your-heart-out-in-city-streets.html>

https://www.bodyjewelleryshop.com/online_store/cz-light-up-earrings-green.cfm

<http://citizen.fi/fi-FI/Products/Content/Eco-Drive-teknologia>

<https://www.verhokauppa.fi/10m-LED-ulkovalosarja-100-lediae-Sininen>

<https://edanafashion.wordpress.com/2015/07/23/unconventional-wedding-rings/>

<https://fi.pinterest.com/pin/157414949449687341/>

https://encrypted-tbn0.gstatic.com/images?q=tbn:ANd9GcQAJnMd4eRjQ9gPKbW8ohca6vqkb1SgV7xLAWt-KDSe_iNx-_mX

<http://www.vilaweb.cat/media/continguts/000/099/362/362.jpg>

KUVAKOLLAASI 11. Tarina kuvakäsikirjoitus.

KUVAKOLLAASI 15. Lopputulos DIA 2. GRAVEL Journey Lives Forever. Saatavissa [08.02.2017.]:

<http://static.guim.co.uk/sys-images/Travel/Pix/pictures/2013/7/30/1375201577247/Children-playing-in-a-tre-011.jpg>

<https://photosfine.files.wordpress.com/2012/04/road-to-the-city.jpg>

<http://www.clker.com/cliparts/0/7/4/8/1354873853203530973318374-road-street-city.jpg>

https://media.mnn.com/assets/images/2015/12/ericpare-lighttubes-milkyway.jpg.990x0_q80_crop-smart.jpg

http://s3.amazonaws.com/churchplantmedia-cms/harvest_family_church_fayetteville_nc/encounters.jpg

https://organicthemes.com/demo/adventure/files/2013/08/featured_post_03.jpg

<http://www.menstattooideas.net/tattooimages/2015/07/010-hand-tattoo-idea-for-men.jpg?3d6f43>

<http://www.3ders.org/articles/20151209-chromat-and-metalepsis-introduce-bold-futuristic-3d-printed-jewelry-line.html>

http://www.obiettivoamore.it/wp-content/uploads/2016/02/man-1031506_19201-860x484.jpg

<http://www.rebellestociety.com/wp-content/uploads/2016/03/LivingMagicBeingOneRapture.jpg>

<http://kriscamealy.com/wp-content/uploads/2011/05/hands-in-the-dirt2.jpg>

https://az616578.vo.msecnd.net/files/2016/11/12/636145689987311028-841097882_Lonely-girl-miss-you.jpg

KUVAKOLLAASI 12. Kaksi - vuotta konsepti EXPLORE.

KUVAKOLLAASI 16. Lopputulos DIA 4. EXPLORE. Saatavissa [08.02.2017.]:

http://www.irenebrination.typepad.com/irenebrination_notes_on_a/2010/07/led-there-be-light.html

<http://wearable-technology.weebly.com/>

<https://fi.pinterest.com/pin/195062227585515577/>

<https://myartspiration.wordpress.com/2014/06/03/natalina-fiber-optic-dress/>

<http://www.instructables.com/id/Fiber-Optic-Makeup/>

<http://www.tuvie.com/lux-fashion-green-technology/>

<http://siikaverkko.fi/wp-content/uploads/valokuitu2.jpg>

<https://fi.pinterest.com/pin/567312884280106188/>

http://www.socimage.net/media/985784995466788891_1656998407

<https://fi.pinterest.com/pin/23643966767831550/>

KUVAKOLLAASI 13. Kymmenen - vuotta konsepti DREAM.

KUVAKOLLAASI 17. Lopputulos DIA 7. DREAM. Saatavissa [08.02.2017.]:

<https://fi.pinterest.com/pin/348817933613468316/>

<https://fi.pinterest.com/pin/454159943659044340/>

<https://iso.500px.com/weekly-monday-contest-reflection-photos-closeup/>

<http://autotradercalifornia.net/three-steps-in-finding-a-good-auto-trader/>

<https://world.kapook.com/pin/506bfdab38217a9a59000000/RK=2/RS=.QKUcbrv-pibsxq6CYmsMb6b0IMA->

<http://www.envolveproject.org/> - charities

<https://www.exposureguide.com/magnificent-examples-of-water-drop-photography-by-corrie-white/>

<https://www.picturecorrect.com/tips/high-speed-ocean-photography-tips-for-overcast-days/>

<http://middleschoolnotes.org/assets/content/liquid.jpeg>

KUVAKOLLAASI 14. Kaksikymmentä - vuotta konsepti DISCOVER.

KUVAKOLLAASI 18. Lopputulos DIA 13. DISCOVER. Saatavissa [08.02.2017.]:

<https://www.pinterest.com/pin/360358407671365779/>

<https://www.pinterest.com/pin/157414949449687341/>

<https://www.ebay.com/itm/UV-Neon-Face-Body-Paint-Glow-Kit-7-Bottles-by-Midnight-Glo-/232073216165>

<https://www.pinterest.com/pin/489344315735615524/>

<https://www.pinterest.com/fraserhannah/uv-face-paint/>

<http://blog.bodycandy.com/wp-content/uploads/2013/07/By-the-Light-of-the-Moon.jpg>

<http://data.whicdn.com/images/109319880/large.jpg>

VIDEOSYNTeesi. Saatavissa [08.02.2017.]:

<https://www.dafont.com/bringshoot.font>

<http://www.steveball.com/music/SteveBall-FlyBy06.mp3>

<https://www.youtube.com/watch?v=9XKueazZ1Uc>

<https://pixabay.com/>

<https://pixabay.com/en/videos/music-box-carousel-toy-decoration-5317/>

<https://pixabay.com/en/videos/playground-carousel-turning-3624/>

<https://pixabay.com/en/videos/mountaineering-ice-climbing-1409/>

<https://pixabay.com/en/videos/forest-trees-clearing-upward-sky-7265/>

<http://thetribemagazine.com/puzzle-pieces/>

http://static.tumblr.com/32f5e1b31f609e0ea6bc9e49d65cf05b/fufijtz/3Kenxamb4/tumblr_static_9xen3jo31uwow884cc88w0ggg.jpg

<https://wallpapertag.com/wallpaper/full/7/e/1/193977-widescreen-road-wallpaper-1920x1080.jpg>

https://az616578.vo.msecnd.net/files/2016/11/12/636145689987311028-841097882_Lonely-girl-miss-you.jpg

http://www.obiettivoamore.it/wp-content/uploads/2016/02/man-1031506_19201-860x484.jpg

<https://www.pinterest.com/pin/489344315735615524/>

<http://static.guim.co.uk/sys-images/Travel/Pix/pictures/2013/7/30/1375201577247/Children-playing-in-a-tre-011.jpg>

<https://photosfine.files.wordpress.com/2012/04/road-to-the-city.jpg>

<http://www.clker.com/cliparts/0/7/4/8/1354873853203530973318374-road-street-city.jpg>

https://media.mnn.com/assets/images/2015/12/ericpare-lightttubes-milkyway.jpg.990x0_q80_crop-smart.jpg

http://s3.amazonaws.com/churchplantmedia-cms/harvest_family_church_fayetteville_nc/encounters.jpg

https://organicthemes.com/demo/adventure/files/2013/08/featured_post_03.jpg

<http://www.menstattooideas.net/tattooimages/2015/07/010-hand-tattoo-idea-for-men.jpg?3d6f43>

<http://www.3ders.org/articles/20151209-chromat-and-metalepsis-introduce-bold-futuristic-3d-printed-jewelry-line.html>

http://www.obiettivoamore.it/wp-content/uploads/2016/02/man-1031506_19201-860x484.jpg

<http://www.rebellesthe.com/wp-content/uploads/2016/03/LivingMagicBeingOneRapture.jpg>

<http://kriscamealy.com/wp-content/uploads/2011/05/hands-in-the-dirt2.jpg>

https://az616578.vo.msecnd.net/files/2016/11/12/636145689987311028-841097882_Lonely-girl-miss-you.jpg

http://www.irenebrination.typepad.com/irenebrination_notes_on_a/2010/07/led-there-be-light.html

<http://wearable-technology.weebly.com/>

<https://fi.pinterest.com/pin/195062227585515577/>

<https://myartspiration.wordpress.com/2014/06/03/natalina-fiber-optic-dress/>

<http://www.instructables.com/id/Fiber-Optic-Makeup/>

<http://www.tuvie.com/lux-fashion-green-technology/>

<http://siikaverkko.fi/wp-content/uploads/valokuitu2.jpg>

<https://fi.pinterest.com/pin/567312884280106188/>

http://www.socimage.net/media/985784995466788891_1656998407

<https://fi.pinterest.com/pin/23643966767831550/>

<https://fi.pinterest.com/pin/348817933613468316/>

<https://fi.pinterest.com/pin/454159943659044340/>

<https://iso.500px.com/weekly-monday-contest-reflection-photos-closeup/>

<http://autotradercalifornia.net/three-steps-in-finding-a-good-auto-trader/>

<https://world.kapook.com/pin/506bfdab38217a9a59000000/RK=2/RS=.QKUcbrv-pibsxq6CYmsMb6b0IMA->

<http://www.envolveproject.org/> - charities

<https://www.exposureguide.com/magnificent-examples-of-water-drop-photography-by-corrie-white/>

<https://www.picturecorrect.com/tips/high-speed-ocean-photography-tips-for-overcast-days/>

<http://middleschoolnotes.org/assets/content/liquid.jpeg>

<https://www.pinterest.com/pin/360358407671365779/>

<https://www.pinterest.com/pin/157414949449687341/>

<https://www.ebay.com/itm/UV-Neon-Face-Body-Paint-Glow-Kit-7-Bottles-by-Midnight-Glow-/232073216165>

<https://www.pinterest.com/pin/489344315735615524/>

<https://www.pinterest.com/fraserhannah/uv-face-paint/>

<http://blog.bodycandy.com/wp-content/uploads/2013/07/By-the-Light-of-the-Moon.jpg>

<http://data.whicdn.com/images/109319880/large.jpg>

LIITE 1. KUVAKOLLAASI TARJA TAVALLINEN. Saatavissa [10.11.2016.]:

http://cesie.org/media/ECO-tolerance-in-youth-LIFEstyle_web.jpg

<http://www.skyline-costa-luz.com/assets/images/site/ecohouse.jpg>

<http://i.huffpost.com/gen/1963500/images/o-MIDDLE-AGED-COUPLE-ON-DATE-facebook.jpg>

<http://i.huffpost.com/gen/3591302/images/o-FRIENDS-TALKING-TO-EACH-OTHER-facebook.jpg>

https://sipa.s-palvelut.fi/?url=https%3A%2F%2Fwww.yhteishyva.fi%2Fdocuments%2F644023%2F700045%2Fflankarullat_kasityot_teema_2400x1800_123rf.jpg%2F0dede2a1-97d5-492c-96bc-c9cc1178d25f%3Ft=1473859665737&maxWidth=300&highDensity=true&checksum=c61490h

<http://man-in-trend.com/wp-content/uploads/2016/05/Jogging.jpg>

<http://myempoweredworld.com/wp-content/uploads/2015/11/bigstock-Happy-woman-in-sun-hat-enjoyin-79923691-2.jpg>

<https://meanwhileinlongfield.files.wordpress.com/2013/02/valkosuklaa-4.jpg>

https://pixabay.com/p-1001655/?no_redirect

http://kappahlcms6.episerverhosting.com/Global/kappahlmodeblogg/head_press_vr12.jpg

LIITE 2. KUVAKOLLAASI PAAVO PAPP. Saatavissa [10.11.2016.]:

https://c2.staticflickr.com/4/3275/2907198746_f076efdd17_b.jpg

https://www.florian-knorn.com/wp-content/uploads/yapb_unsorted/old_gentleman.jpg

<https://www.midoro.me/wp-content/uploads/2016/01/sustainable-home-architecture1024x737.jpg>

<https://mimimedical.com/wp-content/uploads/2014/06/Grandpa-and-grandson-fishing.png>

<http://footage.framepool.com/shotimg/qf/966238034-grilling-grandson-stick-object-grandpa.jpg>

<https://i.pinimg.com/564x/56/3c/9b/563c9b59aaa598ebe58842bf1f3c2e92.jpg>

<http://www.sadalewisphotography.com/wp-content/uploads/2014/04/San-Antonio-Large-Family-Extended-Family-Photographer-hill-country-modern-family-photos.jpg>

<https://valokuvat.apollomatkat.fi/56/las-palmas-7665469-1465302561-ImageGalleryLightbox.jpg>

<http://www.nvusdesigns.com/wp-content/uploads/2013/12/Green-Living-Willow-House-Singapore-7.jpg>

<http://www.rachaelwestcoaching.com/wp-content/uploads/2015/11/grand.jpg>

LIITE 4. MIELIPIDEKYSELYN KUVAKOLLAASI. Saatavissa [08.02.2017.]:

<https://www.springwise.com/smart-bracelet-infinite-changeable-designs/>

<https://www.dhgate.com/store/product/jakcom-r3-smart-ring-2017-new-product-of/395691332.html>

http://images.indiegogo.com/file_attachments/189634/files/20131111073120-green.jpg?1384183880

<https://www.wareable.com/fashion/best-smart-rings-1340>

<https://fashnerd.com/2017/02/advances-technology-boost-global-smart-rings-market-time-put-ring/>

<http://uk.pcmag.com/wearable-tech/9860/news/meet-nod-the-bluetooth-ring-that-wants-to-replace-your-mouse>

<http://weararena.com/best-smart-rings-2668/>

<http://tabliczni.pl/ios/neyya-smart-pierscien-do-zdalnej-obslugi-innych-gadzetow/>

KUVIO 1. Scenarios for the future of brands. Saatavissa [10.11.2016.]:

https://nowandnext.com/PDF/Future_Brands_UK_version.pdf

KUVIO 2. Smart Planet. 2016. Meskanen Minna, Miettinen Minna ja Vilhunen Jori. Tekijän arkisto.

KUVIO 3. Arvot ja tarve. 2016. Meskanen Minna, Miettinen Minna ja Vilhunen Jori. Tekijän arkisto.

KUVIO 4. Smart Concept. 2016. Meskanen Minna, Miettinen Minna ja Vilhunen Jori. Tekijän arkisto.

KUVIO 5. Saurum vuonna - 2026 ideakartta. 2016. Meskanen Minna, Miettinen Minna ja Vilhunen Jori. Tekijän arkisto.

SCREENSHOT 1. GRAVEL videosynteesi premiere - ohjelmalla. 2018. Miettinen Minna. Tekijän arkisto.

LÄHTEET

A multifaceted future. [Luettu 10.11.2016.] [Viitattu 07.05.2018.] Saatavissa:

<https://www.mckinsey.com/industries/retail/our-insights/a-multifaceted-future-the-jewelry-industry-in-2020>

Citizen. [Luettu 10.11.2016.] [Viitattu 07.05.2018.] Saatavissa: <http://citizen.fi/fi-fi>

Dafont bringshoot. [Viitattu 07.05.2018.] Saatavissa: <https://www.dafont.com/bringshoot.font>

Flexible display. [Luettu 08.02.2017.] [Viitattu 07.05.2018.] Saatavissa:

<https://www.androidauthority.com/report-flexible-displays-foldable-rollable-stretchable-640865/>

Flexible memory device. [Luettu 08.02.2017.] [Viitattu 07.05.2018.] Saatavissa:

<https://www.tomshardware.co.uk/flexible-memory-science-research-rram,news-36922.html>

KETTUNEN, I. 2001. Muodon palapeli. Helsinki. Werner Söderström Osakeyhtiö.

[Viitattu 07.05.2018.]

Lumoava. [Luettu 10.11.2016.] [Viitattu 07.05.2018.] Saatavissa: <https://lumoava.fi/>

Men`s jewelry. [Luettu 10.11.2016.] [Viitattu 07.05.2018.] Saatavissa:

<https://www.nytimes.com/2015/05/14/fashion/changing-tastes-in-mens-jewelry.html>

Micro LED. [Luettu 08.02.2017.] [Viitattu 07.05.2018.] Saatavissa:

https://www.photonics.com/a55014/MicroLED_Sources_Enable_Diverse_Ultralow-Power

Pixabay. [Viitattu 07.05.2018.] Saatavissa: <https://pixabay.com/>

Saurum Osakeyhtiö. [Luettu 10.11.2016.] [Viitattu 07.05.2018.] Saatavissa: <http://www.saurum.fi/>

Scenarios for the future of brands. [Luettu 10.11.2016.] [Viitattu 07.05.2018.] Saatavissa:

https://nowandnext.com/PDF/Future_Brands_UK_version.pdf

Segmentointi. [Viitattu 07.05.2018.] Saatavissa:

<https://www.taloustutkimus.fi/ajankohtaista/uutisia/mita-segmentointi-tarkoittaa-ja-mita-silla-tekee.html>

Slow Motion - Bensound. [Viitattu 07.05.2018.] Saatavissa:

<https://www.youtube.com/watch?v=9XKueazZ1Uc>

Smart Planet. [Luettu 10.11.2016.] [Viitattu 07.05.2018.] Saatavissa:

https://nowandnext.com/PDF/Future_Brands_UK_version.pdf

Starry Night - maalaus. [Katsottu 10.11.2016.] [Viitattu 07.05.2018.] Saatavissa:

<https://www.youtube.com/watch?v=E1eS3ChsQAM>

Steve Ball - Fly - By. [Viitattu 07.05.2018.] Saatavissa:

<http://www.steveball.com/music/SteveBall-FlyBy06.mp3>

The - electronic - skin. [Luettu 08.02.2017.] [Viitattu 07.05.2018.] Saatavissa:

<http://www.dailymail.co.uk/sciencetech/article-3542072/The-electronic-skin-fitted-disco-lights-Sticky-film-lead-wearable-screens-track-health-FILMS.html>

Transparent batteries. [Luettu 08.02.2017.] [Viitattu 07.05.2018.] Saatavissa:

<https://news.stanford.edu/news/2011/july/transparent-litiumion-battery-072511.html>

Uef - benchmarking. [Viitattu 07.05.2018.] Saatavissa: <https://www.uef.fi/benchmarking>

Wearable technology 2017 - 2027. [Luettu 10.11.2016.] [Viitattu 07.05.2018.] Saatavissa:

<https://www.idtechex.com/research/reports/wearable-technology-2017-2027-markets-players-forecasts-000536.asp>

World`s thinnest 0,01 mm flexible display. [Katsottu 10.11.2016.] [Viitattu 07.05.2018.] Saatavissa:

<https://www.youtube.com/watch?v=IF4Dv6jkEvA>

Yrityksen perustaminen - missio. [Viitattu 07.05.2018.] Saatavissa:

<https://yrityksen-perustaminen.net/yrityksen-arvot/ - missio>

Yrityksen perustaminen - visio. [Viitattu 07.05.2018.] Saatavissa:

<https://yrityksen-perustaminen.net/yrityksen-arvot/ - visio>

TUOTETUT AINEISTOT

DISCOVER tuotevideo osoitteessa:

https://media.savonia.fi//GetMP4.ashx?ppID=2&file=7114_4n~NTVu9dmJ.mp4&source=8&cs=X9P3~Pn9YM0kfqk_ux-mgktnD9pXVG_yXkSihMcuNU0SM5kbzlj8JWY~Bwc2bvAENG3OifMoz6TLqSxZraK4x_g

GRAVEL - Journey Lives Forever tarinavideo osoitteessa:

https://media.savonia.fi//GetMP4.ashx?ppID=2&file=7113_4m~m6F5pebn.mp4&source=8&cs=fHmwYxqqo6xZKcVswb-cf3u0yBEVut88iqf4Y8ERZOQmADCfxuLY5ILaxYudLkRsj0jwC_ua4jU1hQ0m4UxtImw

GRAVEL - Videosynteesi osoitteessa:

https://media.savonia.fi//GetMP4.ashx?ppID=2&file=7112_4l~Lvq-hFfRc.mp4&source=8&cs=JRtcU4PWeOmEhnb9NBnBSNgJg1Qbkm7gbY15WXtMAQU-kLueBJL5mOJrQECiaVRgKYEDWyxpqyOby4mkd_0v~Vg

Mielipidekyselyn vastaukset. 2017. Meskanen Minna ja Vilhunen Jori. Tekijän arkisto.

LIITE 1. KUVAKOLLAASI TARJA TAVALLINEN



LIITE 2. KUVAKOLLAASI PAAVO PAPPA



LIITE 3. MIELIPIDEKYSSELYN VASTAUSPOHJA

1. Omistatko koruja? Kuinka monta? Mitä? (Sormus, ranne - kaulakoru)
2. Oletko ostanut tai saanut koruja lahjaksi viimeisen vuoden aikana? Minkä hintaluokan?
3. Minkä hintaisia koruja ostaisit itse?
4. Mitä? (Sormus, ranne - kaulakoru) Miksi?
5. Mitkä materiaalit ovat miellyttäviä korussa? (teräs, nahka, hopea ym.) Miksi?
6. Mitä sovelluksia käytät älypuhelimellasi useimmiten?
7. Voisiko jotkut näistä olla helpommin käytettävissä korussa kuin puhelimessa? Mikä? Miksi?

Tämän päivän älykorujen ominaisuuksista löytyy muun muassa, kehon toimintojen mittaus (syke, stressitaso, unenlaatu, aktiivisuus), ilmoitus puhelimeen tulleista viesteistä, hätäpainike GPS paikantimella, lisättäviä kuvia ja valoja korujen estetiikan tueksi.

8. Käyttäisitkö jotain näistä ominaisuuksista? Mitä? Miksi?
9. Olisiko jokin muu ominaisuus jota käyttäisit?
10. Mitä mieltä olet kuvataulun älykorujen ulkonäöstä? Miksi?

- 1.
- 2.
- 3.
- 4.
- 5.
- 6.
- 7.
- 8.

LIITE 4. MIELIPIDEKYESELYN KUVAKOLLAASI



GRAVEL

Journey Lives Forever