

Toimiva vakiotuotekuvasto

Case: DS Smith

Toimiva vakiotuotekuvasto

Case: DS Smith

LAB-AMMATTIKORKEAKOULU
Muotoiluinstituutti
Muotoilun koulutusohjelma
Pakkaus- ja brändimuotoilu
Opinnäytetyö AMK
Muotoilija (AMK)
Kevät 2020
Laura Melgin

Tiivistelmä

LAB-ammattikorkeakoulu

Muotoiluinstituutti

Pakkaus- ja brändimuotoilun koulutusohjelma

Opinnäytetyö

Sivumäärä 63 sivua

Kevät 2020

Laura Melgin

Opinnäytetyö toteutettiin toimeksiantona DS Smithille. Opinnäytetyön aiheena oli yrityksen suomalaisen myyntitelineiden vakiotuotekuvaston päivittäminen konseptitasolla. Tarkoituksena oli löytää toimivampi ratkaisu myyntitelineiden vakiotuotekuvastolle.

Opinnäytetyö oli toiminnallinen ja tuotekatalogin päivitystä varten opinnäytetyöprosessissa haastateltiin DS Smithin tuotesuunnittelijoita sekä myyjiä. Teoriaosuus koottiin tuotekatalogia tukevaksi ja sen merkitystä yritykselle selittäväksi. Teoriaosuudessa käsiteltiin markkinointiviestintää, brändäystä, ostokäyttäytymistä ja aaltopahvia materiaalina.

Opinnäytetyöprosessissa kävi ilmi, että vanha myyntitelineiden vakiotuotekuvasto oli liian moni sivuinen, siinä oli liikaa ja liian erikoisia tuotteita, sen käytettävyys oli hankalaa ja sen visuaalinen ilme oli vanhentunut. Näihin

ongelmiin esitettiin ratkaisuehdotus karsimalla vakiotuotteita haastatteluiden perusteella, muuttamalla visuaalista ilmettä yrityksen brändiohjeistuksen mukaan ja muokkaamalla kuvasto helpommin hyödynnettävään muotoon. Opinnäytetyön lopussa on esitetty prosessissa esiin nousseita jatkokehitysideoita.

Avainsanat: markkinointiviestintä, vakiotuote, myyntiteline, aaltopahvi

Abstract

LAB University of Applied Sciences
Institute of Design
Degree Programme in Design
Packaging and Brand Design
Thesis
63 Pages
Spring 2020
Laura Melgin

The thesis was commissioned by DS Smith. The topic of the thesis was to update the standard product catalog of the company's Finnish sales displays at the concept level.

The intention was to find more functional solution for the standard product catalog of sales displays. The thesis was functional and for updating the product catalog DS Smith's product designers and sales personnel were interviewed. The theoretical part was compiled to support the product catalog and to explain its significance to the company and it covers marketing communications, branding, buying behavior and corrugated board as material.

The thesis process revealed that old standard product catalog of sales displays had too many pages and too many and too specialized in products. The catalogue had also poor

usability and had a visual look that was out of date. As a solution to these problems was proposed to prune standard products, to change the visual look according to company's brand guidelines, and to customize the catalogue to a more user-friendly format. At the end of the thesis, there are further development ideas that emerged in the process.

Keywords: marketing communications, standard product, sales display, corrugated board

SISÄLLYS

1. JOHDANTO

- 1.1 Aiheen valinta
- 1.2 Tavoite
- 1.3 DS Smith
- 1.4 Aikataulu

2. TAUSTOITUS

- 2.1 Aaltopahvi ja kestävä kehitys
- 2.2 Myyntiteline
- 2.3 Myyntiteline ja markkinointiviestintä
- 2.4 Myyntitelineen kasattavuus
- 2.5 Myyntitelineen valmistusprosessi

3. LÄHTÖKOHDAT

- 3.1 Benchmark kuvastoista
- 3.2 Nykyinen vakiotelinekuvasto
- 3.3 Kuvaston hyvät ominaisuudet
- 3.4 Vakiotelinekuvaston tarkoitus

4. HAASTATTELUT JA WORKSHOP

- 4.1 Toteutus
- 4.2 Myyjien kokemukset
- 4.3 Asiakkaiden kokemukset
- 4.4 Workshopin tulokset

5. SUUNNITTELUPROSESSI

- 5.1 Nykyisen kuvaston ongelmakohdat
- 5.2 Mindmap
- 5.3 Vakiotelineen määritelmä
- 5.4 Myyntitelinekuvien muotoutuminen
- 5.5 Uuden kuvaston luonnostelu
- 5.6 Uuden kansilehden luonnostelu

6. RATKAISUEHDOTUKSET

- 6.1 Uusi myynninedistämismateriaali
- 6.2 Uusi vakiotelinekuvasto
- 6.3 Ilme

6.4 Vakiotuotteet

6.5 Vakiotelineiden nimet

6.6 Vakiotelineiden kasattavuus

6.7 Sisäinen hinnasto

6.8 Sisäinen stanssityökalulistaus

7. JATKOKEHITYS

- 7.1 Ideakuvasto ja painettu kuvasto
- 7.2 Digitaaliset kehitysideat

8. YHTEENVETO

- 8.1 Yhteenveto
- 8.2 Arviointi

LÄHTEET
LIITTEET

1. Johdanto

1.1 Aiheen valinta

Jo aloittaessani opinnot Muotoiluinstituutissa, tiesin haluavani merkityksellisen aiheen opinnäytetyölleni. On huomattavan paljon motivoivampaa, jos työn tulos tulee oikeasti aidosti hyötykäyttöön.

Olen työskennellyt DS Smithillä vuoden 2018 toukokuusta lähtien. Ensimmäisen kesän vietin kesätöissä tuotannon puolella, jonka jälkeen sain paikan tuotesuunnittelijana rakennesuunnittelutiimissä.

Pakkaus- ja brändimuotoilun opintoni oli kuitenkin saatava työpaikasta huolimatta loppuun ja joustava työnantajani tarjosikin lopputyön toimeksiantoa minulle.

Työnantajalla oli ehdottaa muutamaa erilaista mahdollisuutta opinnäytetyöksi ja tämä aihe valikoitui kiinnostavuuden ja ajankohtaisuutensa takia. Olin jo etukäteen tutustunut työssäni rakennesuunnittelijana kyseiseen myynninedistämismateriaaliin. Tiesin jo lähtökohtaisesti kuvaston heikkouksia ja kehityskohtia, joihin halusin tarttua. Aiheesta teki erityisen kiinnostavan se, että onnistunut lopputulos tulisi helpottamaan monen työntekijän työtä DS Smithillä.

Opinnäytetyöprosessin alusta lähtien oli selvää, että aihe lähtee helposti rönsyilemään

ja paisuu liian suureksi ilman selkeää rajausta. Aiheeksi rajattiin vakiotelinekuvaston sisällön päivitys konseptitasolla, pitäen sisällään kuvaston tuotteet ja ulkonäön. Lisäksi vakiotelineille piti mahdollistaa hinnaston sekä telineiden työkalujen ajantasainen listauksen tekeminen seuraavassa vaiheessa.



Kuvio 1. Aiheenvalinta

1.2 Tavoite

Opinnäytetyöprojektissa oli tavoitteena luoda konseptitasolla uusi vakiotuotekuvasto DS Smithin Suomen myyntitelineille.

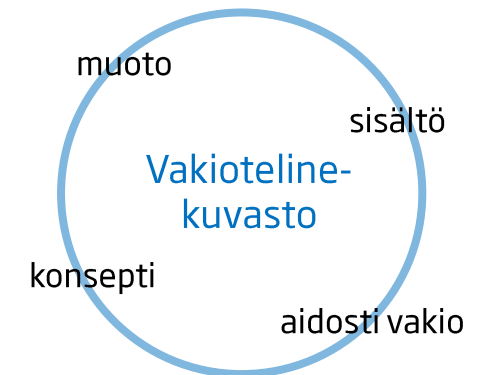
Vakiotuotekuvaston tuli olla DS Smithin brändin mukainen. Opinnäytetyöprosessissa piti selvittää, mikä on vakiotuotekuvaston toimivin muoto, digitaalinen vai fyysinen painettu. Tavoitteena oli myös miettiä miten parantaa vakiotuotekuvaston käytettävyyttä.

Projektissa piti selvittää mitkä tuotteet on järkevintä ottaa kuvastoon mukaan. Projektin tuloksena on konseptiehdotus päivitetystä vakiotelinekuvastosta ulkoiseen jakeluun ja hinnasto ja stanssityökalulistaus sisäiseen käyttöön.

Tavoitteena oli selkeyttää suunnittelu-, myynti- ja asiakaspalvelutiimeille sekä tuotannon työntekijöille vakiotuotekuvaston tarkoitus ja toiminta. Vakiotelinekuvaston tarkoituksena on alun perin ollut olla nimensä mukaisesti listaus vakiotelineistä, jotka on saatavilla helposti ja nopeasti. Nykyinen vakiotelinekuvasto on eksynyt tästä tarkoituksesta ja kuvaston kaikki tuotteet eivät käytännössä ole lainkaan vakiotuotteita. Nykyisten kuvaston sisältämien vakiotelineiden tilaus ei tällä hetkellä poikkea asiakkaalle erikseen tuotesuunnittelussa räätälöityjen tuotteiden tilauksesta käytännössä juuri lainkaan. Opinnäytetyön

tavoitteena on palauttaa vakiotelinekuvasto takaisin sen todelliseen tarkoitukseen.

Opinnäytetyöprojektin tavoitteena oli ehdottaa uutta vakiotelinekuvaston sisältöä ja sitä kautta mahdollistaa ajantasaisen hinnaston ja stanssityökalulistauksen luonti.



Kuvio 2. Tavoite

1.3 DS Smith

DS Smith on pakkausalan yritys, joka tuottaa asiakkailleen räätälöidyt aaltopahviset ratkaisut. DS Smithin tuotevalikoimiin kuuluvat mm. hyllyvalmiit pakkaukset, kuljetus-, teollisuus-, verkkokauppa- ja kuluttajapakkaukset sekä myymälöiden myynninedistämismateriaalit. (DS Smith 2020a.)

DS Smith on globaali yritys, joka toimii 34 eri maassa. Yritys on lähtöisin Iso-Britanniasta ja päätoimisto sijaitsee Lontoossa. Yrityksen palveluksessa työskentelee noin 25000 työntekijää. (DS Smith 2020a.)

Suomessa DS Smithillä on kuusi toimipistettä.

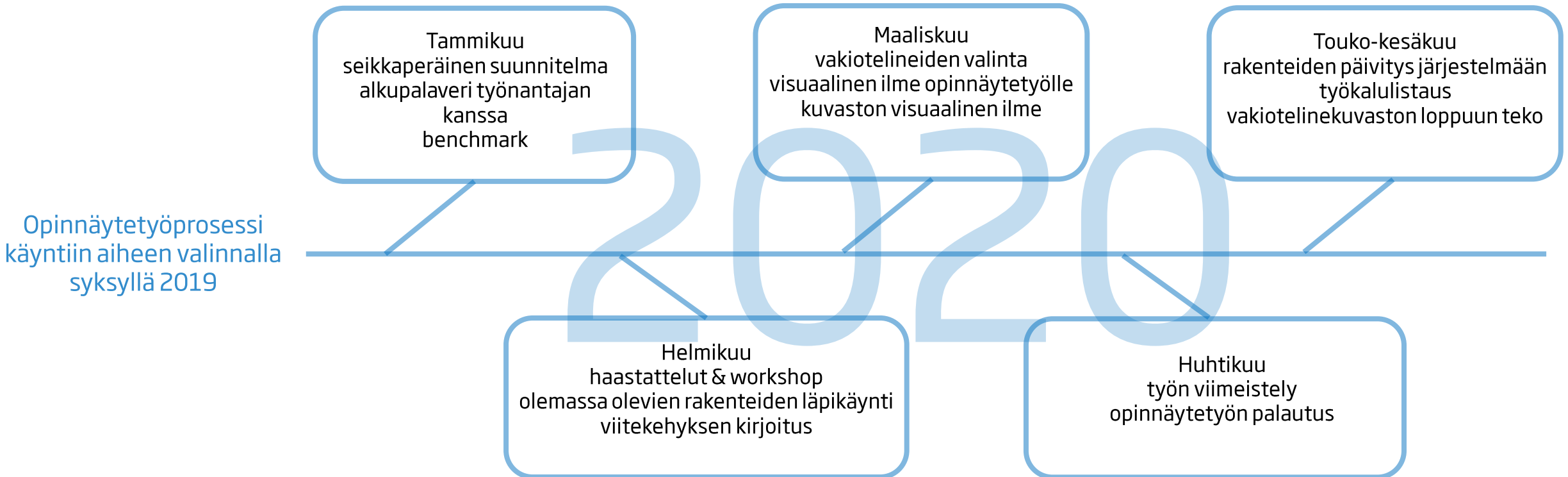
Tampereella sijaitsee yrityksen Suomen suurin toimipiste ja siellä valmistetaan aaltopahvia. DS Smith työllistää Suomessa reilut 250 työntekijää. (DS Smith 2020a.)

Yritykselle on tärkeää kestävä kehitys ja ympäristöratkaisut, mistä ajankohtaisimpana osoituksena on yhteistyö Ellen MacArthur -säätiön kanssa. (DS Smith 2019.)



Kuva 1. DS Smith toimii maailmanlaajuisesti

1.4 Aikataulu



Kuvio 3. Opinnäytetyöprosessin aikataulu

2. Taustoitus

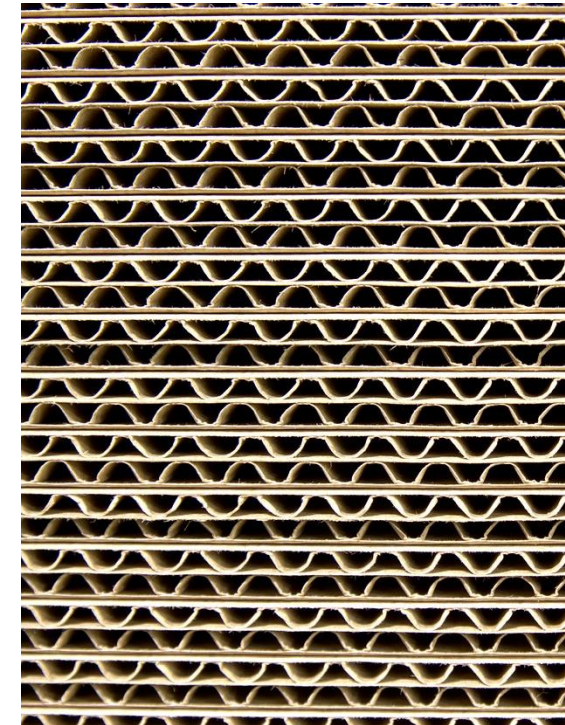
2.1 Aaltopahvi ja kestävä kehitys

Aaltopahvi on maailman suosituin pakkausmateriaali. Suosiota selittää aaltopahvin monet erinomaiset ominaisuudet. Se on lujaa ja kestävä, mutta kevyttä materiaalia, joten se tuo kuljetuskustannuksissa säästöä. Aaltopahvi pitää hyvin muotonsa ja se on hygieenistä. Aaltopahvin työstäminen on helppoa ja nopeaa, joten se on kustannustehokasta. Painatus on mahdollista tehdä monilla erilaisilla painotekniikoilla. (Laakso & Rintamäki 2003, 16-17.)

Aaltopahvin valmistuksessa pääraaka-aineena on puu (Suomen Aaltopahviyhdistys

2007, 5.) Kaikki aaltopahvin valmistuksessa käytettävät raaka-aineet ovat kierrätettäviä ja aaltopahvin kuituja voidaankin käyttää uudelleen jopa 4-5 kertaa (Laakso & Rintamäki 2003, 16-17.)

Pakkaus- tai myyntitelinekäytön jälkeen aaltopahvi on arvokasta raaka-ainetta. Länsi-Euroopassa käytetty aaltopahvi kerätään enimmäkseen takaisin aaltopahvin raaka-aineeksi. Suomessa käytetty aaltopahvi päättyy vielä useimmiten hylsykartonkitekiteollisuuteen. (Järvi-Kääriäinen & Ollila 2007, 158.)



Kuva 2. Aaltopahvi

2.1 Aaltopahvi ja kestävä kehitys

Kasvaessaan puu sitoo hiilen ilman hiilidioksidista rakennusaineekseen ja vapauttaa hapen. Lahotessaan puusta vapautuu hiiltä hiilidioksidina ilmaan. Aaltopahvissa sama hiili kiertää tuotteeseen sitoutuneena. Aaltopahvisiin tuotteisiin tarvitaan vain vähän ainetta aaltorakenteen ansiosta. Tästä syystä syntyy jo alun alkaen vähemmän jätettä. Kun aaltopahvisten ratkaisujen suunnittelussa huomioidaan mahdollisimman pieni materiaalihukka ja kaikki tehtailta tuleva hylky menee kierrätykseen, voidaan aaltopahvin sanoa olevan hyvin ympäristöystävällistä. Aaltopahvi on suurin uusiokuidun

käyttökohde maailmassa ja Suomessa 97% käytetystä aaltopahvista päätyy kierrätykseen tai energiaksi. (Suomen Aaltopahviyhdistys 2007, 55-56.)



Kuva 3. Aaltopahvin kierrätys

2.2 Myyntiteline

Myyntitelineellä tarkoitetaan tässä opinnäytetyössä vähittäistavarakaupoissa nähtäviä väliaikaisia hyllykköjä, telineitä ja lavaratkaisuja, kuten lavan ympärillä olevia kauluksia tai lavakontteja. Myyntitelineet valmistetaan useimmiten aaltopahvista ja tässä työssä keskitytään aaltopahvisiin tuotteisiin. Myyntitelineitä valmistetaan pidempiaikaisempiin käyttötarkoitukseen sekä todella painaville tuotteille erikoismateriaaleista, kuten vanerista, metallista, puusta, reboardista ja muovista. (DS Smith 2020c.)

Myyntiteline pyrkii parantamaan kauppaympäristössä tuotteen myyntiä

herättämällä asiakkaan huomion.

Myyntitelineessä on lähes aina painatus, jolla voidaan tukea tuotteen ja yrityksen markkinoitviestintää ja brändiä.

Myyntitelineen painatuksella voidaan viestiä tehokkaasti myös esimerkiksi erilaisista kampanjoista. Myyntiteline parantaa tuotteen saatavuutta myymälässä. Myyntitelineet sopivat hyvin esimerkiksi uusien tuotteiden lanseeraamiseen sekä tuote-esittelyihin. (DS Smith 2020b.)

Onnistuneessa myyntitelineessä on otettu huomioon asiakkaan kannalta optimaalinen ottokorkeus 80-120cm, josta asiakkaan on helppo ottaa tuote (Welling 2019, 22.)



Kuva 4. Myyntiteline

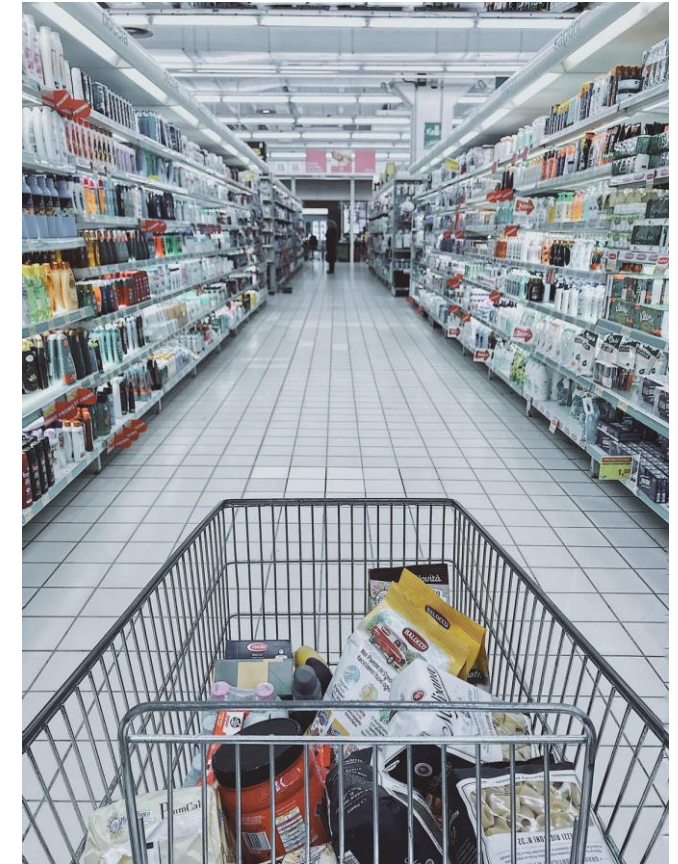
2.3 Myyntiteline ja markkinointiviestintä

Nykyaikana yksi tärkeimmistä menestystekijöistä yritykselle on sen viestintä, riippumatta toimialasta. Jopa puolet brändin arvosta muodostuu sen tavasta viestiä, kertoo amerikkalainen tutkimus. Viestintä kirkastaa yrityksen mielikuvaa ja kasvattaa brändin arvoa. Yrityksen tiedon tulee saavuttaa vastaanottaja, jotta tuotteen erinomaisuudella olisi arvoa. Huomion ja kohderyhmän suosion saavuttaminen on koko ajan hankalampaa. (Suonio 2010, 84.)

Suomessa on 2000-luvun aikana alettu ymmärtämään yrityksen maineen merkitys. Yrityksen maine muodostuu siitä

kerrottavista tarinoista yrityksen sidosryhmissä. Tarinoihin vaikuttavat niin sidosryhmien omakohtaiset kokemukset tuotteesta tai palvelusta kuin erilaisissa julkisuuksissa rakentuneet mielikuvat. (Aula & Heinonen 2011, 11-12.)

Myymälämarkkinoinnissa käytetään hyödyksi asiakkaan ostokäyttäytymisen ymmärtämistä. Ostajan ostopäätös tapahtuu tutkimusten mukaan prosessissa, jossa ensin tuotteiden sijoittelulla saadaan asiakas tuotteen läheisyyteen, sitten viestinnällä pysäytetään ostaja ja lopuksi väitteen avulla annetaan ostajalle syy ostaa tuote. (Welling 2019, 23.)



Kuva 5. Ostokäyttäytyminen

2.3 Myyntiteline ja markkinointiviestintä

Myyntitelineiden suosiota voidaan selittää sillä, että ne kiinnittävät hyvin ostajan huomion kaupassa. Jopa kolme neljästä ostajasta tekee ostopäätöksen vasta myymälässä asioidessaan (POPAl 2014). Supermarketeissa on tyypillisesti noin 10 000 - 15 000 nimikettä ja hypermarketeissa 20 000 nimikettä (Järvi-Kääriäinen & Ollila 2007, 25), joten tuotteiden erottuminen on myynnin kannalta tärkeää.

Myyvälämarkkinointi eroaa perinteisestä kuluttajamarkkinoinnista, sillä kauppaympäristö on erilainen toimintamiljöö. Tutkimusten mukaan kompleksisessa

ympäristössä tärkein tekijä huomion saavuttamisessa ja ostajan pysäyttämässä on erottuminen massasta. Mitä isompaa, värikkäämpää ja yksinkertaisempaa myymälämarkkinointi on, sitä paremmin se pysäyttää ostajan. (Welling 2019, 24.)

Kauppaympäristössä myyntitelineitä sijoitetaan usein hyllynpäätyihin, koska lähes kaikki ihmiset kävelevät kaupassa niiden ohi. Erityisesti suurissa myymälöissä hyllynpäädyt ovat toimivia myyntipaikkoja suurten asiakasmäärien vuoksi. (Welling 2019, 21)

Myyvälämarkkinoinnin merkitys on alettu ymmärtämään ja jopa 55 prosenttia

yrityksistä pitää myymälämarkkinointia tärkeimpänä markkinoinnin investointina. Myymälämarkkinoinnin rahalliset panostukset ohittavat usein jopa digitaalisen markkinoinnin panostukset. (Welling 2019, 53.)



Kuva 6. Myyntiteline herättää huomion

2.4 Myyntitelineen valmistusprosessi

Myyntiteline valmistuu aaltopahvin jalostukseen sopivalla tehtaalla.

Aaltopahvinen arkki painetaan valitulla painatustekniikalla. Pienimmät valmistusmäärät tehdään digipainotekniikalla, joka ei vaadi painatuslaattoja, joten sen aloituskustannukset ovat pienet. Digipainotekniikka ei vielä pärjää muille painotekniikoille valmistusnopeudessa, mutta digipainotekniikka kehittyy koko ajan. (Järvi-Kääriäinen & Ollila 2007, 179-180.)

Suuret tilausmäärät toteutetaan yleensä fleksopainotekniikalla. Fleksopainatuksessa tarvitaan omat painatuslaatat, joten sen

aloituskustannukset ovat korkeammat. Painomenetelmänä fleksopaino on kuitenkin nopea, joten suuret määrät valmistuvat ripeämmin ja näin ollen kustannustehokkaammin. Fleksopainatus sopii usein toistuville tuotteille, koska samoja painatuslaattoja voi käyttää useita kertoja uudelleen. Fleksopainatusta käytetään harvemmin myyntitelineissä, mutta esimerkiksi suuremmissa myyntilavaerissä se on usein paras valinta painatustekniikaksi. (Järvi-Kääriäinen & Ollila 2007, 172.)

Offsetpainatusta käytetään myyntitelinemaailmassa lähinnä

herätekylytteihin, jotka sijoitetaan telineen huipulle herättämään asiakkaan huomio. Offsetpainomenetelmällä saadaan tarkin painatusjälki (Järvi-Kääriäinen & Ollila 2007, 177.)

Silkkipainatuksella saadaan näyttäviä painatuksia ja se sopii varsinkin sellaisiin töihin, joihin halutaan maksimaalinen väripinnan peittävyys. Silkkipainossa kuluva värimäärä on muhin painomenetelmiin verrattuna suuri. (Järvi-Kääriäinen & Ollila 2007, 178.)

2.4 Myyntitelineen valmistusprosessi

Painetut arkit menevät seuraavaan jalostusvaiheeseen, joka on stanssaus. Stanssikone lyö metallisella muotilla jokaiseen arkkiin halutun kuvion, tässä tapauksessa telineen rakenteen (Suomen Aaltopahviyhdistys 2007, 24.)

Jos valmistettava määrä on pieni, voidaan stanssauksen sijaan käyttää digitaalista muotoleikkuria, joka ei vaadi omia työkaluja, mutta on merkittävästi hitaampi tekniikka kuin stanssaus. Digitaalinen leikkuriyhdistelmä digitaalisen painatuksen kanssa mahdollistavat pienten erien valmistuksen. (DS Smith 2020b.)

Lopuksi painetut ja stanssatut aihiot rakenteesta riippuen mahdollisesti vielä liimataan tai nidotaan kasaan (Laakso & Rintamäki 2003, 96-101.) Myyntitelineen osat lähtevät tehtaalta asiakkaalle kasaamattomina.



Kuva 7. Stanssikon

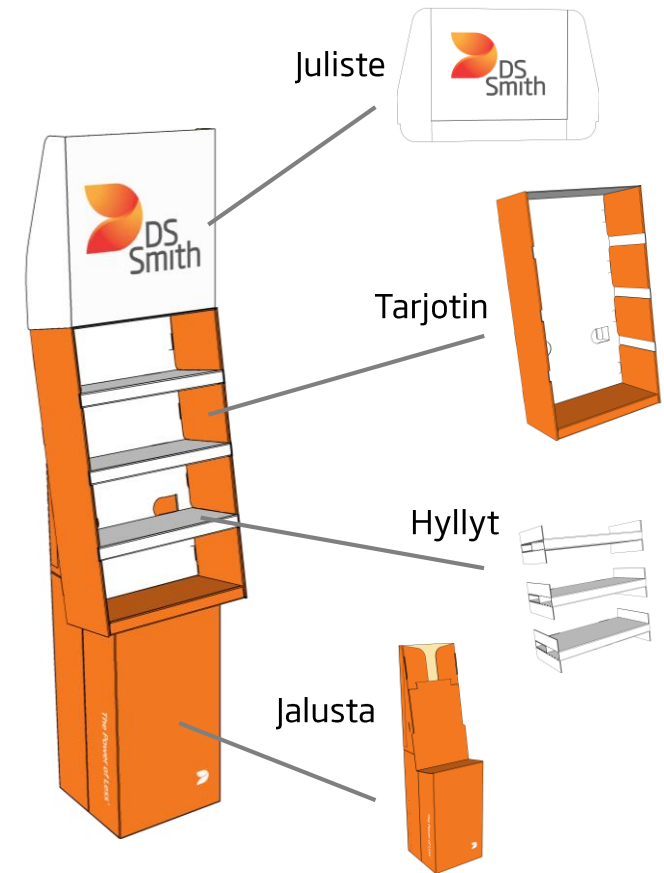
2.5 Myyntitelineen kasattavuus

Myyntitelineet pitää aina jollain tavalla kasata kokoon. Helpommillaan lavakontti teipataan pohjasta kiinni tai dollyhuppu pujotetaan dollylavan päälle. Usein kuitenkin myyntiteline koostuu useammasta erilaisesta osasta. Osia voivat olla esimerkiksi jalusta, juliste, tarjotin ja hyllyt. Useammalla osalla saadaan myyntitelineen rakenteesta paremmin tarkoitukseen sopiva ja muodostettua esimerkiksi tuotteille hyllyt sekä kestävyyttä telineeseen.

Myyntiteline kasataan usein logistiikkakeskuksessa tai tuottajan tiloissa joko kokonaan tai osittain. Myyntitelineen mukana tuotetaan usein kasausohteet

kokoamista helpottamaan. Osittain kasattu teline viimeistellään myymälässä esimerkiksi nostamalla tarjotin jalustan päälle tai kiinnittämällä huippujuliste paikalleen.

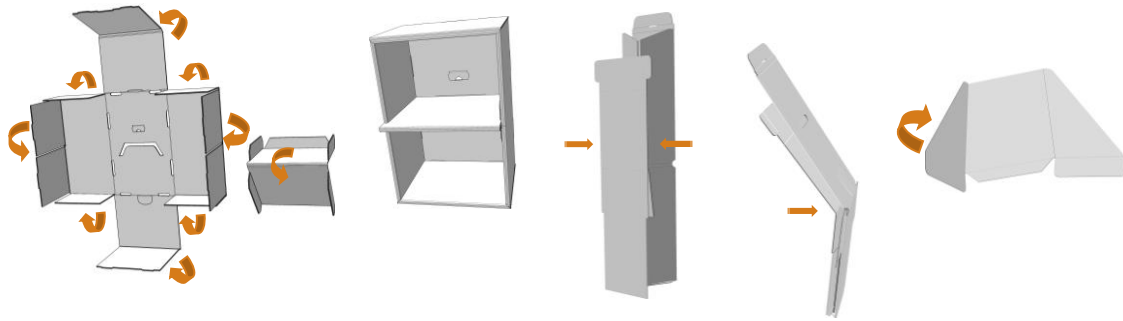
Myyntiteline suojataan usein kuljetuksen ajaksi kuljetuslaatikolla tai -hupulla. Joissakin tapauksissa myyntiteline menee kauppaan kasaamattomana ja kaupan henkilökunta kasaa telineen ja asettaa tuotteet hyllyille. Tällaisissa tilanteissa kasattavuuden helppous vaikuttaa suoraan telineen myyntiin. Jos myyntiteline on hankala ja aikaa vievä kasata, sitä tuskin tilataan uudelleen.



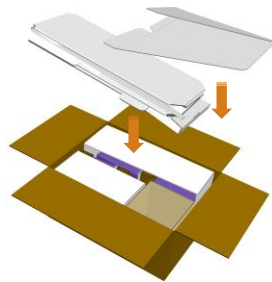
Kuva 8. Esimerkki myyntitelineen osista

2.5 Myyntitelineen kasattavuus

Esimerkki myyntitelineen kasausprosessista. Tämä myyntiteline kasataan osittain valmiiksi logistiikkakeskuksessa ja siihen pakataan myös tuotteet.

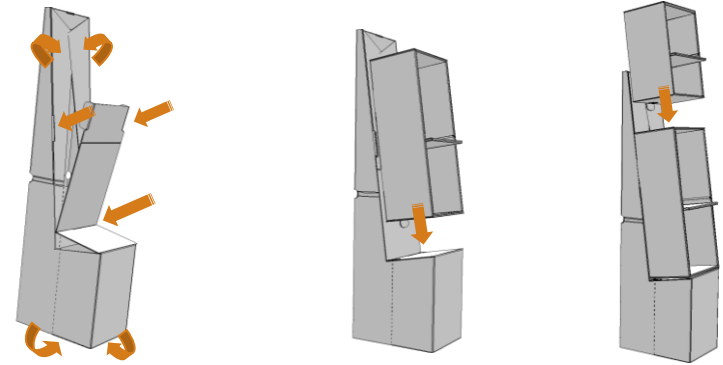


Tarjottimet ja hyllyt taitellaan kasaan, jolloin muodostuu hyllykkö. Hyllykköön asetellaan tuotteet ja kuljetustäytteet. Jalusta ja juliste taitellaan mahdollisimman litteiksi kuljetusta varten.

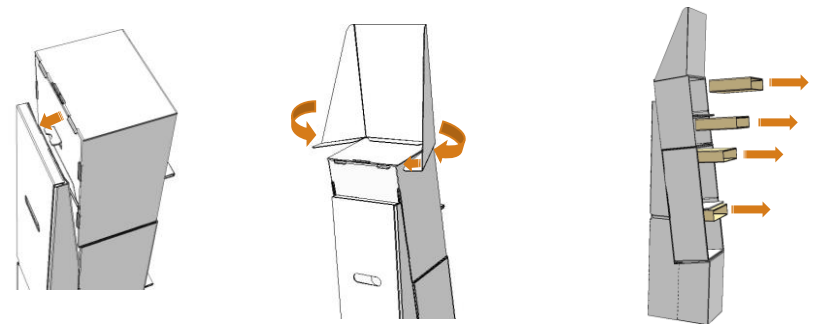


Hyllykkö tuotteineen ja kuljetustäytteineen sekä litteiksi taitellut jalusta ja juliste pakataan kuljetuslaatikkoon ja lähetetään myymälään.

Teline saapuu myymälään, jossa kaupan henkilökunta tai menekinedistäjä purkaa telineen laatikosta.



Jalusta taitellaan kasaan, jonka jälkeen hyllyköt tuotteineen asetetaan jalustan päälle.

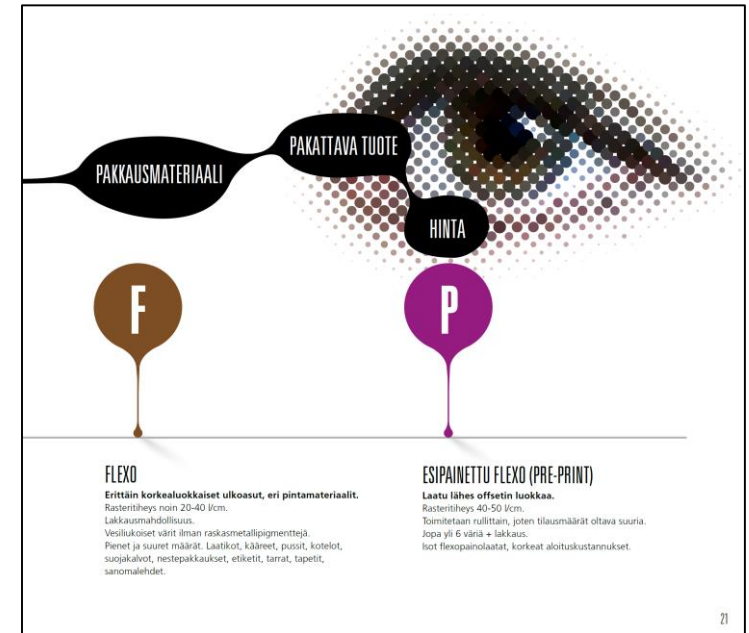


Hyllyköt kiinnitetään jalustaan, juliste kiinnitetään telineen yläreunaan ja lopuksi poistetaan kuljetustäytteet.

3. Lähtökohdat

3.1 Benchmark kuvastoista

Prosessi lähti käyntiin tarkastelemalla millaisia vakiotuotekuvastoja muut ovat tehneet. Vakiokuvastoja löytyi tietenkin hirvittävä määrä. Valikoin kaksi esittelemisen arvoista. Ensimmäinen on kilpailijan kuvasto ja toinen eri alan kuvasto. Kilpailijan (Adaran) kuvasto on saatavilla samalla sisällöllä painettuna kuvastona. Kuvasto on todella laaja ja siinä on paljon esittelyä yrityksestä, tuotantoprosessista, painatusmahdollisuuksista ja tuotteita löytyy todella monia. Kuvaston lopusta löytyvät vakiotuotteet, joita on pari sivua. Tässä on siis selkeästi yhdistetty sekä ideatyypinen kuvasto, että vakiotuotteet. Kuvaston ilme on dynaaminen. Tuotteiden 3D-kuvissa on käytetty asiakkaiden tuotteita. (Adara 2020.)



Mielestäni tämän kuvaston hyvät ominaisuudet: selkeys ja brändin tunnistettavuus.

3.1 Benchmark kuvastoista

Toinen kuvasto on koiratarvikekuvasto Veljekset Wahlstenilta. Alussa on yritysesittely ja sitten mennäänkin tuotteisiin. Kuvasto on nopeasti selattu läpi, mikä on mukavaa. Kuvaston ilme on koiratarvikkeille sopivan leikkisä. (Wahlsten 2020.)



WAHLSTÉN 1918
Premium Horse & Dog Equipment

Vuodesta 1918 hevos- ja koiratarvikkeiden valmistajana Veljekset Wahlsten on Pohjoismaiden suurin raaji- ja rehkuvalmistaja ja valokuvien ja maahanluvun yritys. Sitä varten on kotoisasti ammattiosaaminen ja huolehdittava koulutus.

Wahlstenin menestyksen takana on kotimainen ammattiosaaminen ja huolehdittava koulutus.

Wahlstenilla on aina panostettu tuotekehitykseen ja laatuun. Jo vuodesta Lindstedt on lähennyt kääntänyt laatuvarusteita niin ravureille kuin rekkoilijoille. Nyky tuotteita ovat esimerkiksi koiratarvikkeet. Tuotteet on suunniteltu viikköä kerrallaan kassa tavalla ja laadulla.

WProfile

Vuodesta 1918 hevos- ja koiratarvikkeiden valmistajana Veljekset Wahlsten on Pohjoismaiden suurin raaji- ja rehkuvalmistaja ja valokuvien ja maahanluvun yritys. Sitä varten on kotoisasti ammattiosaaminen ja huolehdittava koulutus.

Wahlstenilla on aina panostettu tuotekehitykseen ja laatuun. Jo vuodesta Lindstedt on lähennyt kääntänyt laatuvarusteita niin ravureille kuin rekkoilijoille. Nyky tuotteita ovat esimerkiksi koiratarvikkeet. Tuotteet on suunniteltu viikköä kerrallaan kassa tavalla ja laadulla.

15495 W-PROFILE
BETA-TALUTIN | BETA LEAD | BETA-KOPPEL

KOKO | SIZE | STORLEK: 1 2 3 4
Leveys | Width | Bredd: 12 14 16 18 mm
Pituus | Length | Längd: 2 2 2 2 m

VÄRIT | COLOURS | FÄRGER: ●●●●

Käsitelty metallin päässä, laadukas Solerberg W-Profile talutin. Täsmäi nahasta tehdyllä BGG-lukolla ja kinnolla. Nahka on ympäristöystävällisesti korjattu ja vältetty. Väreinä tyylitellyt musta, ruskea tai keltaista.

A two metre long, high quality hand-made W-Profile lead made from Tannop leather with genuine BGG lock and hand loop. The leather is ecologically treated and vegetable tanned. The colours available are black, brown and cognac.

Käsitelty metallin päässä valmistettu hiho on kestävä.

9202-GYRD
DOG COMFORT
KOIRAN TAKKI 100G + COOLMAX |
DOG COAT 100G + COOLMAX |
HUNDTÄCKE 100 G + COOLMAX

KOKO | SIZE | STORLEK: 25, 30, 35, 40, 45, 50, 55, 60, 65, 70 cm

VÄRIT | COLOURS | FÄRGER: ●●●●

Käytännöllisessä korantissa Coolmax kangas ja 100 g vettä. Vainvettä kestävä ommel ja tyylitellyt kinnat. Tärkeä ominaisuus on takin takana olevat jalkatiet jalkojen takana. Nikkoria aukko takana. Takin materiaali on 100% vedenpitävä ja hengittävä.

Practical dog coat with Coolmax fabric and 100 g wadding. The colours available are peppy red and stylish grey. The leg Straps at the back wag the coat firmly in place. A hole in the neck for the lead. The coat is 100% water resistant and the fabric is breathable.

Praktiskt hundtäck med Coolmax-fyll och 100 g vadd. Färgalternativen är fräsch rött och stiligt grå. Banden bakånda håller täcket ordentligt på plats. I nacken finns en öppning för koppel. Täcket är 100% väterbeständigt och tygigt andas.

2770 W-HEALING
KOIRAN TAKKI | DOG COAT | HUNDTÄCKE

KOKO | SIZE | STORLEK: 25, 30, 35, 40, 45, 50, 55, 60, 65 cm

VÄRIT | COLOURS | FÄRGER: ●●●●

Tyylitellyt korantissa, jossa hyödynnetään edistyneitä keuhkoventtiiliteknologioita. Materiaali on ommel ja tyylitellyt kinnat, jotka heijastavat takain korantaa, ja näin hoidetaan korantaa. Materiaali on vedenpitävä ja takana olevat jalkatiet jalkojen takana. Nikkoria aukko takana. Takin materiaali on 100% vedenpitävä ja hengittävä.

A stylish dog coat that utilizes advanced dual-effect technology. It contains a special ceramic material that reflects the heat back to the dog's body and nurtures it. The material is treated and the leg straps at the back will keep the coat in place when leaping and playing. The necktie can be adjusted to the neck, and there is a zippered opening for the tail at the back. Also a hole for the head in the neck.

Ette egypti hundtäck med avancerad dual effect-teknologi. Den innehåller ett särskilt keramiskt material som speglar värme tillbaka till hundens kropp och värmer den. Material är väterbeständigt och banden på baksidan håller täcket på plats då hunden springer och leker. Kängöring kan justeras till nacken, och på baksidan finns en öppning med bländs för svansen. I nacken finns en öppning för koppel.

9205 DOG COMFORT
KOIRAN TAKKI KARVAKAULUKSELLA |
DOG COAT WITH FUR COLLAR |
HUNDJACKA MED KRAGE | PÅLSIMITATION

KOKO | SIZE | STORLEK: 25, 30, 35, 40, 45, 50, 55, 60, 65 cm

VÄRIT | COLOURS | FÄRGER: ●●●●

Käsitelty metallin päässä valmistettu hiho on kestävä. Korantissa on tyylitellyt kinnat, jotka heijastavat takain korantaa, ja näin hoidetaan korantaa. Materiaali on vedenpitävä ja takana olevat jalkatiet jalkojen takana. Nikkoria aukko takana. Takin materiaali on 100% vedenpitävä ja hengittävä.

Handmade handjacks with padding are perfect for the dog's head. The fur collar is made from soft material, and the necktie can be adjusted to the neck. The material is treated and the leg straps at the back will keep the coat in place when leaping and playing. The necktie can be adjusted to the neck, and there is a zippered opening for the tail at the back. Also a hole for the head in the neck.

9200 DOG COMFORT
SOFT SHELL KOIRANTAKKI |
DOG COAT WITH FUR COLLAR |
SOFT SHELL HUNDTÄCKE

KOKO | SIZE | STORLEK: 25, 30, 35, 40, 45, 50, 55, 60, 65 cm

VÄRIT | COLOURS | FÄRGER: ●●●●

Hyvin istuva korantissa verhoituksella ja hengittävä Soft shell-materiaali. Heijastavat molemmilla puolilla, sekä heijastava DC logo.

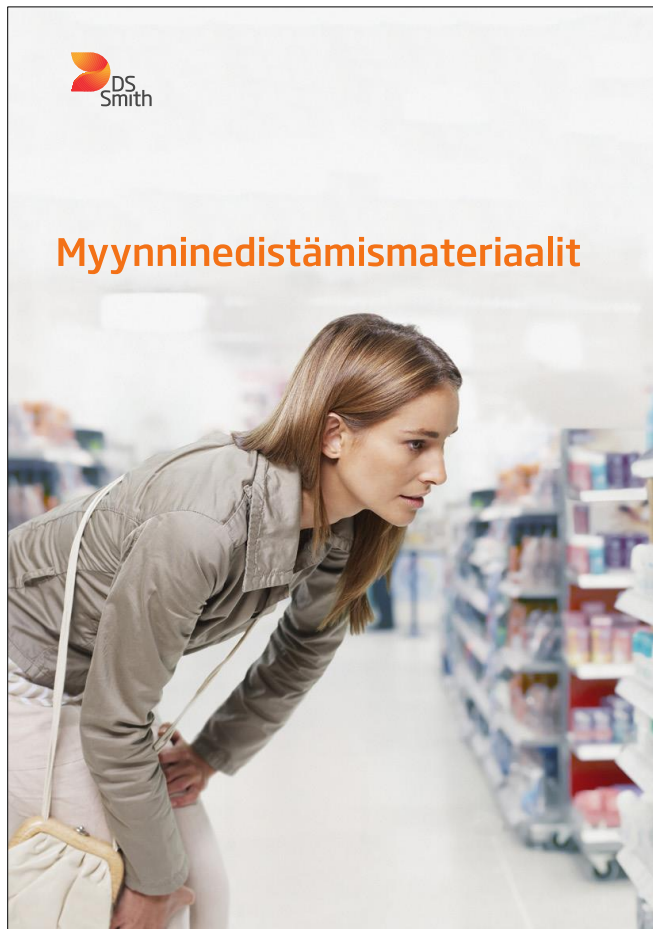
A very comfortable dog coat made from water-repellent and breathable soft shell material. Reflection strips on both sides, as well as a reflective DC logo.

Bekvämt hundtäck med vattenavstötande och andnings Soft shell-material. Reflekterande på båda sidor, och en reflekterande DC logo.

Mielestäni tämän kuvaston hyvät ominaisuudet: sopivan vähän sivuja eli tulee luettua kokonaan ja informatiivisuus.

3.2 Nykyinen vakiotelinekuvasto

Nykyinen vakiotelinekuvasto on otsikoitu nimellä Myynninedistämismateriaalit. Kuvastossa on yhteensä 40 sivua (A4). Kuvastossa on kahdeksan otsikkosivua, jolla on tuoteryhmän otsikko ja mainostekstiä oranssilla pohjalla. (Liite 1.)



Sisällysluettelo

Vakiopainatukset.....	3
Myyntitelineet.....	5
Dollyhuput.....	19
Myymlälavat.....	21
Pöytädisplayt.....	27
Pop Upit ja hälyporttihuput.....	31
Myymlämateriaalit.....	33
Muut myynninedistämismateriaalit.....	36

Dollyhuput

Kuusi kymmenestä kuluttajasta päättää myymälässä minkä brändin tuotteen ostaa*.

Miksi et siis panostaisi tuotteesi esillelaittoon ja erottuvuuteen?

*OgilvyAction

3.3 Kuvaston hyvät ominaisuudet

Kuvasto sisältää 84 tuotetta. Nykyisen kuvaston hyväksi puoleksi nähtiin haastatteluiden perusteella tunnistettava värimaailma ja mittojen esillä oleminen. Positiivisena asiana nähtiin toisaalta monipuolisuus, jolloin kuvastoa voi käyttää ideoinnin työkaluna. Toisaalta vakiotelinekuvaston ei ole tarkoitus olla ideoiden hakua varten, vaan vakiotuotteita. (Liite 1.)

Myyntitelineet



Huppupalustateline
850000-0026

Mitat

- Leveys 389 mm
- Syvyys 350 mm
- Korkeus 1182 mm
- Tuotetila: 374*312*392 mm
- Jalusta 389*330 mm



Huppupalustateline 2
850000-0027

Mitat

- Leveys 381 mm
- Syvyys 419 mm
- Korkeus 1318 mm
- Tuotetila: 400*366*436 mm



CD-hyllyteline
850000-0017

Mitat

- Leveys 622 mm
- Syvyys 544 mm
- Korkeus 1397 mm
- Tuotetila: 147*86*90 mm
- Jalusta 429*422 mm

15

Myymlälavat



1/4 -lavadisplay
850000-0063

Mitat

- Leveys 586 mm
- Syvyys 386 mm
- Korkeus 1700 mm
- Hyllyjen tuotetila 560*364*280 mm
- Ylähyllyn tuotetila 560*365*155 mm



1/4 -lavadisplay 2
850000-0064

Mitat

- Leveys 585 mm
- Syvyys 385 mm
- Korkeus 1150 mm
- Tuotetila 580*380*340 mm



1/4 -lavadisplay 3
850000-0065

Mitat

- Leveys 585 mm
- Syvyys 385 mm
- Korkeus 1525 mm
- Hyllyjen tuotetila 286*364*280 mm
- Ylähyllyn tuotetila 560*365*155 mm

23

Myymlälavat



Eurolavadisplay
850000-0072

Mitat

- Leveys 1206 mm
- Syvyys 786 mm
- Korkeus 850 mm
- Tuotetila 1200*780*844 mm



Talodisplay
850000-0050

Mitat

- Leveys 774 mm
- Syvyys 579 mm
- Korkeus 1500 mm
- Tuotetila 562*375*236 mm

26

3.4 Vakiotelinekuvaston tarkoitus

Jo hyvin paljon ennen koko opinnäytetyöprosessin aloitusta, minulle oli selvinnyt töiden ohessa, että nykyinen vakiotelinekuvasto ei käytännön tasolla toimi kuten sen alkuperäinen idea on ollut. Vakiotuotteet pitäisi olla sellaisia, että ne ovat asiakkaalle nopeasti ja helposti toimitettavissa. Asiakkaan pitäisi myös saada tietää vakiotelinehinnaston hinta viipymättä.

Tämän vanhan kuvaston kanssa asia ei useammasta syystä ole toteutunut. Opinnäytetyöprosessin edetessä selvisi, että useita nykyisen vakiotelinekuvaston tuotteita ei ole tilattu lainkaan ja joitakin vain kerran.

Nämä tuotteet ovat liian erikoisia ja räätälöityjä jollekin tietylle tuotteelle.

Osa vakiotelineen tuotteista on sellaisia, ettei tuotenumeron takaa löydy tuotetta lainkaan. Joidenkin tuotteiden stanssityökalut on hävitetty, jolloin tilausprosessi hidastuu ja vakiotuotteen nopea saatavuus ei toteudu.



Kuvio 4. Vakiotelinekuvaston ominaisuudet

4. Haastattelut ja workshop

4.1 Haastattelut ja workshop

Tähän opinnäytetyöprosessiin sopi parhaiten asiantuntijoiden haastattelut. Paras tieto myyntitelineiden myynnistä ja vakiokuvaston toimivuudesta on alan ammattilaisilla, jotka käyttävät tätä vakiotelinekuvastoa omassa työssään. Kaikkien haastatteluiden alussa käytiin läpi haastattelun tarkoitusta ja myyntitelinekuvaston uudistussuunnitelmaa.

Haastateltaviksi valikoin DS Smithin rautaisia ammattilaisia, kokeneita myyjiä sekä uusia energisiä vasta vähän aikaa sitten aloittaneita myyjiä. Oli tärkeää saada mukaan niin pitkän linjan kokemusta kuin uusin silmin katsovien näkemyksiä. Omat suunnittelun näkökulmat

yhdistettynä vielä kahden kokeneemman telinesuunnittelijan näkemyksiin ja lopputulokseksi saatiin kohtuullisen laaja näkemys. Myös johdon näkemystä saatiin mukaan, kun workshopiin osallistui liiketoiminnan kehitysjohtajamme.

Haastatteluissa keskityttiin siihen mikä tällä hetkellä käytössä olevassa myyntitelinekuvastossa on hyvää ja mitkä ovat sen ongelmakohtia. Mitkä tuotteet pitää säilyttää, mitä tuotteita on myyty ja mitä ei ole myyty. Myyjiltä löytyi myös paljon kerrottavaa asiakkaiden kommentteista ja mielipiteistä, joten en nähnyt tarpeelliseksi hankkia erikseen asiakashaastateltavia.

Pieni osa haastatteluista toteutettiin kirjallisesti sähköpostin välityksellä, yksi workshop järjestettiin ja loput haastatteluista käytiin suullisesti kahden kesken.



Kuva 9. Workshop

4.2 Myyjien kokemukset

Haastatteluissa kävi ilmi, että tällä hetkellä myyntitelineiden vakiotuotekuvastoa käytetään usein enemmän ideakuvastona. Vakiotuotekuvastosta haetaan ideoita ja alustavaa rakenne-ehdotusta, mutta myyjät ovat tähän asti lähes aina turvautuneet räätälöintiin ja suunnittelutiimin apuun.

Nykyisen myyntitelinekuvaston käyttö koettiin myös käytännön tasolla hankalana. Tulostettuna kuvasto ei ole edustavan näköinen, sillä tasaiseksi tarkoitettu oranssi väri ei ole tavallisella mustesuihkutulostimella tulostettuna kovinkaan tasainen. Lisäksi nykyisistä tuotekuvista osa on

huonolaatuisia, visuaalisesti mitäänsanomattomia ja vaikeita hahmottaa. Digitaalisesti myyjät lähettävät usein asiakkaalle telinekuvia leikkaa-liimaa-toiminnolla. Nykyisin se tapahtuu ottamalla telinekuvastosta screenshot tai snapshot ja liittämällä sähköpostiin. Tämä ei anna kovinkaan ammattimaista kuvaa, varsinkaan kun telinekuvat ovat rakeisia.

Jos vakiotuotteista olisi paremmat ja visuaalisemmat kuvat helposti myyjien saatavilla, vähentäisi se suunnittelijoilta erikseen pyydettyjen hahmomallien sekä 3D-kuvien määrää.

DS Smith ei ole kaikkien asiakkaiden keskuudessa Suomessa vielä kovin tunnettu. Vakiotuotekuvastoon ehdotettiin useamman myyjän toimesta pientä yritysesitystä.

Telineiden painatusaineiston suunnittelusta toivottiin myös ohjeita vakiotuotekuvastoon, jotta vakiotelineen tilausprosessi olisi mahdollisimman helppo ja nopea asiakkaalle.

Haastatteluiden perusteella vakiotuotekuvastossa pitäisi tuoda myös esille mahdollisuus telineiden räätälöintiin sekä pienten tilausmäärien valmistusmahdollisuus digipainokoneella ja muotoleikkurilla.

4.3 Asiakkaiden kokemukset

Myyjät kertoivat haastatteluissa myös millaisia kommentteja asiakkailta on tullut vakiotelinekuvastosta. Asiakkaat ovat toivoneet parempia kuvia myyntitelineistä sekä telineiden mittoja selkeämmin esille. Myyntitelineiden mitat hahmottaisi paremmin, jos ne olisivat suoraan telinekuvan vieressä.

Lähtökohtaisesti asiakkaiden keskuudessa on oletusarvo, että vakiotuotteiden tilausprosessi on helppo ja nopea. Tällä hetkellä tämä oletus ei toteudu, sillä vakiotelineiden hintoja ja toimitusaikoja joutuu odottamaan yhtä kauan kuin

räätälöityjen tuotteiden. Ihmetystä on myös herättänyt räätälöidyn ja vakiotelineen yhtä pitkä toimitusaika. Asiakkaat siis toivovat, että vakiotelinekuvaston tuotteet olisi saatavilla nopeasti ja että myyjä osaisi kertoa hinnan sekä toimitusajan viivytyksettä.

Eräs myyjä kommentoi asiakkaan toivoneen myyntitelineiden lajittelua niihin sopivien tuotteiden mukaan. Esimerkiksi jakoa kategorioihin, kuten patukkateline, tölkkiline ja teepussiteline.

Vanhentuneet myyntitelineet, kuten DVD- ja CD-hyllyteline sekä monitoriteline ovat herättäneet huvittuneisuutta asiakkaissa.

Erikoiset myyntitelineiden nimet kuten harjadisplay ja koridisplay ovat ihmetyttäneet useampaa asiakasta.

Myyjien mukaan asiakkaille on ollut epäselvää liian samanlaisten telineiden eroavaisuudet keskenään. Esimerkiksi hyllytelineitä on 14 kappaletta ja asiaan perehtymätön näkee erona vain numeron myyntitelineen nimen perässä. Myyntitelineiden suuri määrä nähtiin osan asiakkaiden mielestä raskaana selata läpi ja osan mielestä oli mukavaa, että oli paljon valikoimaa.

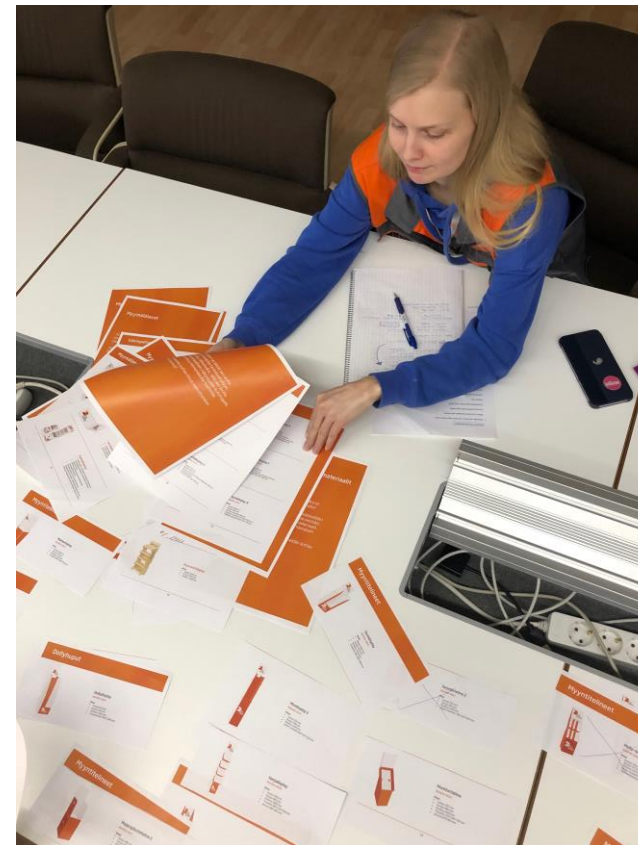
4.4 Workshopin tulokset

Järjestin workshopin helmikuun 12. päivä, johon osallistui kaksi tuotesuunnittelijaa, yksi senior myyjä ja liiketoiminnan kehitysjohtaja.

Workshopin pohjana toimi tekemäni haastattelut. Kävimme läpi haastattelujen tuloksia ja niiden pohjalta kävimme läpi mitä tuotteita uuteen kuvastoon kannattaisi ottaa. Mietittiin mahdollisuutta saada dataa myydyistä telineistä. Myöhemmin selvisi, että nykyjärjestelmällämme tällaista dataa ei tällä hetkellä ole saatavilla. Joudutaan siis tässä vaiheessa tyytymään myyjien tietoon myydyimmistä tuotteista.

Leikkasimme vanhan tuotekuvaston tuotteet omille lappusille ja järjestelimme niitä eri kasoihin. Pois karsittavia tuotteita kertyi paljon. Workshopin tuloksena sain hyvän alustavan suunnitelman vakiotelinekuvastoon sisällytettävistä myyntitelineistä.

Esiin nousi ajatus uudesta digitaalisesta sovelluksesta, jossa asiakas voisi rakentaa telineen mieleisistä osistaan ja näkisi heti hinnan haluamalleen määrälle telineitä. Tässä vaiheessa tätä ideaa ei kuitenkaan aikataulu- ja kustannussyistä lähdetä kehittämään pidemmälle.



Kuva 10. Workshopia vetämässä

5. Suunnitteluprosessi

5.1 Nykyisen kuvaston ongelmakohdat

Nykyisen kuvaston (Liite 1.) ongelmakohdiksi

haastatteluiden perusteella nousivat:

- liian suuri sivumäärä
- liikaa tuotteita, useita samankaltaisia
- liian erikoisia tuotteita
- sisäinen katkos (tuotteet ei järjestelmässä)
- ylimääräiset otsikkosivut
- vakiopainatukset turhia
- kuvaston käytettävyys hankala
- stanssityökalut hävitetty
- kuvat epäselviä
- liian korkeita telineitä
- telineiden nimet harhaan johtavia
- telinekuvat eivät ole yhtenäisiä




Esimerkiksi tätä vakiotelinettä ei löydy lainkaan sisäisestä järjestelmästä. Painatus on sijoitettu harhaanjohtavasti, sillä käytännössä neliväripainatusta ei juuri koskaan sijoiteta telineen sisäpuolelle.

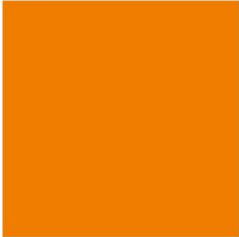
5.1 Nykyisen kuvaston ongelmakohtat


Vakiopainatukset

Valitse vapaasti alla olevista vaihtoehdoista **vakiopainatus** haluamallasi painoväriellä. Julisteeseen voi painattaa yrityksen logon. Helppoa, nopeaa ja kustannustehokasta!

Amazing Cool
cellent BEST AMAZING COOL excell
USEFUL forever FUN EFFECTIVE US
AZING COOL BEAUTIFUL AMAZI
USEFUL forever IMPORTANT USEI
BEAUTIFUL BEST excellent BEA
IMPORTANT EFFECTIVE FUN II
cellent BEST AMAZING COOL excell
USEFUL forever FUN EFFECTIVE US
AZING COOL BEAUTIFUL AMAZI
USEFUL forever IMPORTANT USEI

Snow


Kompakti


Wave


4

Vakiopainatuksia ei ole koskaan tilattu.

Hyllyteline 13

850000-0054

Mitat

- Leveys 480 mm
- Syvyys 270 mm
- Korkeus 1650 mm
- Hyllyn tuotetila 350*140*247/195/200/195 mm
- Jalusta 306*276 mm



Tässä esimerkki liian erikoisesta tuotteesta. Kyseinen reikälevy on tehty jotain tiettyä tuotetta varten ja saisi olla todella hyvä tuuri, että reikälevyn reiän koko ja muoto sopisivat jollekin toiselle tuotteelle. Ja että tuotteet vielä sopisivat telineeseen. Kaikki tämän tyyppiset myyntitelineet piti karsia kuvastosta, sillä ne eivät sovi vakiotuotteiksi.

5.1 Nykyisen kuvaston ongelmakohtat

Myyntitelineet



Huppupalustateline
850000-0026

Mitat

- Leveys 389 mm
- Syvyys 350 mm
- Korkeus 1182 mm
- Tuotetila: 374*312*392 mm
- Jalusta 389*330 mm



Huppupalustateline 2
850000-0027

Mitat

- Leveys 381 mm
- Syvyys 419 mm
- Korkeus 1318 mm
- Tuotetila: 400*366*436 mm




CD-hyllyteline
850000-0017

Mitat

- Leveys 622 mm
- Syvyys 544 mm
- Korkeus 1397 mm
- Tuotetila: 147*96*90 mm
- Jalusta 429*422 mm

15


Myyntitelineet



Hyllyteline 10
850000-0010

Mitat


- Leveys 325 mm
- Syvyys 380 mm
- Korkeus 1810 mm
- Hyllyn tuotetila 320*195*220 mm
- Jalusta 300*340 mm



Hyllyteline 11
850000-0011

Mitat

- Leveys 435 mm
- Syvyys 310 mm
- Korkeus 1760 mm
- Hyllyn tuotetila 433*182*220 mm
- Jalusta 380*300 mm



Hyllyteline 12
850000-0053

Mitat

- Leveys 390 mm
- Syvyys 380 mm
- Korkeus 1560 mm
- Hyllyn tuotetila 180*165*220 mm
- Jalusta 367*377 mm

9

Myymlälavat



1/2 -lavadisplay
850000-0068

Mitat

- Leveys 765 mm
- Syvyys 575 mm
- Korkeus 1225 mm



1/3 -lavadisplay
850000-0069

Mitat

- Leveys 786 mm
- Syvyys 368 mm
- Korkeus 943 mm
- Tarjottimen tuotetila 350*270*50 mm, pinotaan kantavan tuotteen päälle



1/3 -lavadisplay korkea
850000-0070

Mitat

- Leveys 762 mm
- Syvyys 368 mm
- Korkeus 1400 mm
- Tarjottimen tuotetila 366*216*50 mm
- Mainospalkki 306*382*498 mm

25

Liikaa lähes samanlaisia telineitä. CD-hyllyteline ei enää ole ajankohtainen. Oikean sivun olevat telineet ovat kaikki liian erikoisia vakiotelineiksi.

5.1 Nykyisen kuvaston ongelmakohtat

Nykyisen vakiotelinekuvaston telinekuvat ovat vaihtelevia ja yhtenäinen visuaalinen ilme puuttuu. Asiakkaalle olisi informatiivisempaa, jos telineiden värityys olisi sijoitettu todellisuudessa painatettavien osien mukaan.

Yleensä hyllyihin ei tule painatusta

Tarjottimeen usein laitetaan painatus

Juliste on normaalisti 4-väripainettu

Visuaalinen ilme vaihtelee



5.2 Mindmap



Kuvio 5. Haastatteluiden ja workshopin sekä nykyisen vakiokuvaston tutkailun jälkeen hahmottelin mindmapin. Mindmapissa on mietteitä, miten vakiotelinekuvastosta saadaan paremmin tarkoitustaan palveleva.

5.3 Vakiotelineen määritelmä

Haastatteluiden, workshopin ja omien kokemusten perusteella vakiotelineen tulisi olla:

- saatavissa nopeasti (= valmistustyökalut olemassa)
- sen hinta on heti tiedossa
- sen toimitusaika on heti tiedossa
- järkevän korkuinen (max. noin 170 cm)
- hyvä ottokorkeus (noin. 80-120cm)
- selkeästi ja ymmärrettävästi nimetty
- mitat hyvin esillä
- visuaalisesti näyttävä
- usealle tuotteelle sopiva koko

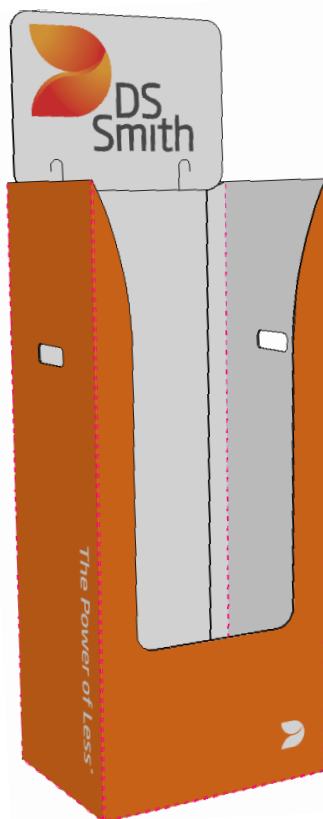
Vakiokuvaston telinekuvien tulee olla lisäksi:

- DS Smihtin brändin mukainen
- visuaalisesti yhtenäinen ilme

5.4 Myyntitelinekuvien muotoutuminen



Vanhan kuvaston Tornidisplay-kuva. Tämä oli mielestäni yksi vanhan kuvaston onnistuneimmista kuvista.



Kokeilin ensin käyttää Artios CAD-ohjelman mallinnuspuolta, mutta mielestäni sillä ei saanut riittävän laadukasta jälkeä



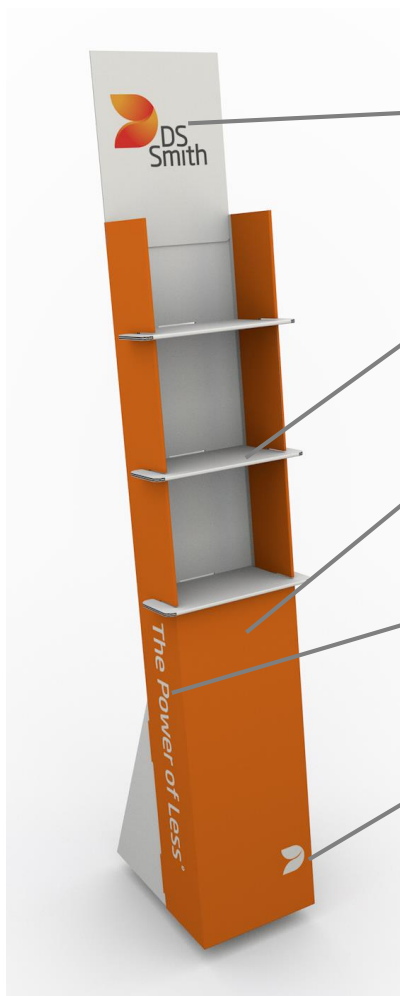
Tein lopulliset telinekuvat Cinema 4D-ohjelmalla. Oli tärkeää saada telineille yhtenäinen visuaalinen ilme.

Sijoitin myyntitelineisiin painatukset siten, miten niitä yleensä kussakin telinemallissa käytetään. Jokaisessa vakiokuvaston myyntitelineessä on DS Smithin slogan oikeassa kyljessä, brändin värinen painatus rungossa ja nelivärinen juliste. Eteen on vielä sijoitettu brändin mukainen negavärinen D-ikoni.

5.4 Myyntitelinekuvien muotoutuminen



Minidisplay 2.
vanha kuva



Julisteessa nelivärinen painatus

Hyllyt ilman painatusta

Koko jalusta lukuun ottamatta
takatukea painettu

Tässä versiossa slogan liian
isolla, sijainti oikea

Edessä D-ikoni



4-väri
painatus
tähän

Kokeilin miltä näyttäisi
tekstit "tähän tällainen
painatus". Ei toimi, näkyy
liian pienenä. Visuaalisuus
kärsii ja sanasto vaatii alan
tuntemusta.

5.4 Myyntitelinekuvien muotoutumine



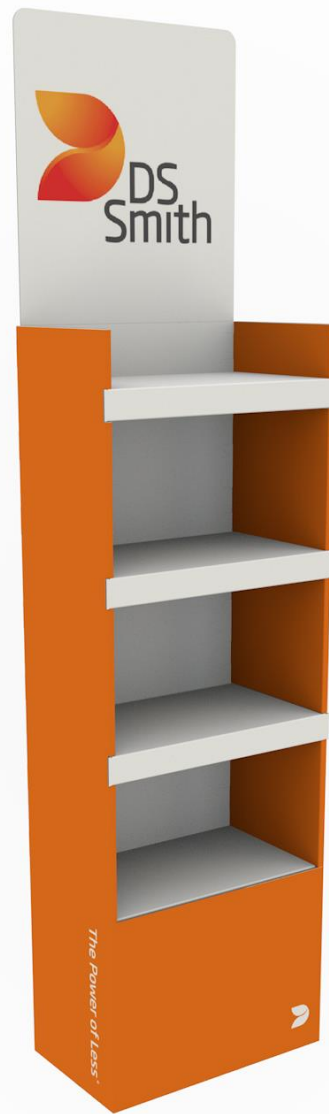
Hyllyteline 3.
vanha kuva



Hyllyteline 3. uusi kuva



Hyllyteline 5.
vanha kuva



Hyllyteline 5. uusi kuva

5.5 Uuden kuvaston luonnostelu



Kokeilin laittaa myyntitelineen viereen mitat ja tässä versiossa mittojen teksti on turhan pienellä.



Mitat ovat todella pienet kun kokeilin laittaa kuvan A5-telinesivun pohjaan.

5.5 Uuden kuvaston luonnostelu



Vinotarjotinteline



Sopii esimerkiksi makeisille
Tuotetila 572x376x190mm

Kasattavuuden helppous 



03. Perushyllyteline



Sopii monille erilaisille tuotteille
Tuotetila neljällä hyllyllä
Jokaisella hyllyllä tilaa 375x189x147mm

Kasattavuus   



01. Vinotarjotinteline



Sopii erityisen hyvin makeisille
Tuotetila 572x376x190mm

Kasattavuuden helppous  



01. Vinotarjotinteline



Sopii erityisen hyvin makeisille
Tuotetila 572x376x190mm

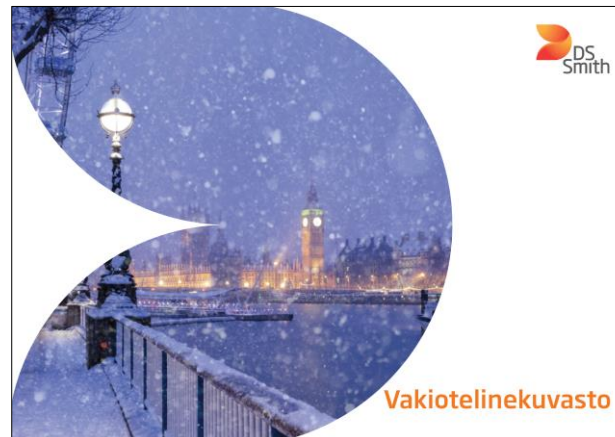
Kasattavuus  

Kokeilin erilaisia sanamuotoja, tekstien paikkoja ja kokoa sekä erilaisia viivoja.

5.6 Uuden kansilehden luonnostelu



Vanha kuvaston kansi piti päivittää nykyisten brändiohjeiden mukaiseksi



Kannen kuvana oli mielestäni mielekkäintä käyttää maisemakuva. Kaikki kokeilujen kuvat sekä lopulliseen versioon valikoitunut kuva on DS Smithin brändiohjeistuksesta. Brändiohjeissa on tarkkaan määritelty mitä kuvia materiaaleissa saa käyttää ja miten.

Vakiotelinekuvaston kanteen olisi sopinut myös jokin myyntitelinekuva kauppaympäristössä, mutta sellaista ei yrityksen kuvapankista löytynyt. Nämä kaksi kansiehdotusta olivat liian ulkomaalaisen näköisiä ja päädyin sellaiseen maisemakuvaan, joka näyttäisi mahdollisimman pohjoismaiselta. Ylemmässä kuvassa olisi ollut miellyttävä värimaailma.

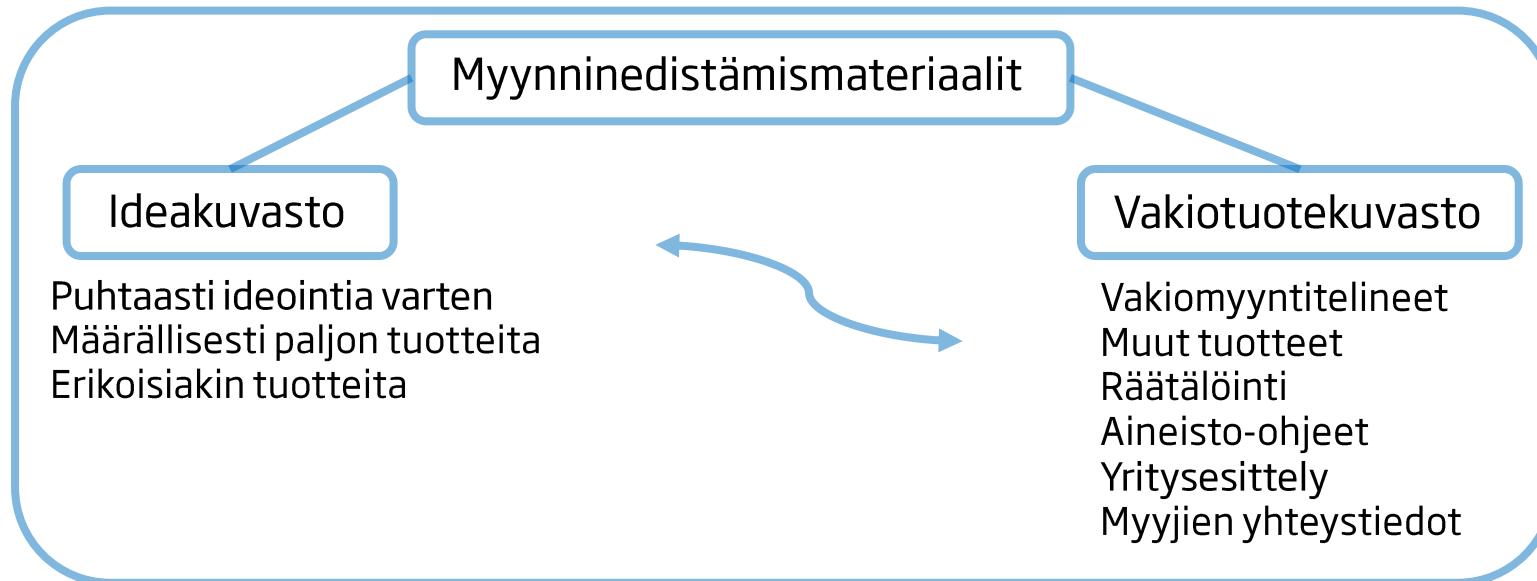
6. Ratkaisuehdotukset

6.1 Uusi myynninedistämismateriaali

Myyjien haastatteluissa kävi ilmi, että nykyistä vakiotelinekuvastoa on käytetty usein asiakkaan kanssa telinetilauksen ideointiin. Uuden vakiotuotekuvaston olisi tarkoitus olla puhtaasti vakiotuotekuvasto, josta tuotteita voidaan tilata nopeasti ja helposti sellaisenaan, ilman erillistä telineen tuotesuunnittelua.

Uuden vakiotelinekuvaston rinnalle tarvittaisiin näin ollen erillinen ideakuvasto. Ideakuvastoon voitaisiin koota paljon erilaisia telineitä. Ideakuvasto on ollut ajatuksena toteuttaa joka tapauksessa ja nyt kun vakiotelinekuvaston tuotteita karsitaan, tulee ideakuvastolle konkreettinen tarve.

Uuteen vakiotelinekuvastoon valikoitui 18 myyntitelinettä ja niiden lisäksi kootusti muut myynninedistämismateriaalit. Kuvastoon laitettaisiin tiivistetysti tietoa telineiden räätälöinnistä, painatuksen aineisto-ohjeet, DS Smithin lyhyt yritysesittely sekä myyjien yhteystiedot.



Kuvio 6. Myynninedistämismateriaalien jakaantuminen

6.2 Uusi vakiotelinekuvasto

Uuden vakiotelinekuvaston ulkonäössä tuli ottaa huomioon DS Smithin brändiohjeet. Brändiohjeet vaikuttivat ensi alkuun todella tarkoilta ja siltä ettei omalle visuaalisuudelle olisi kovin paljoa sijaa. Kuitenkin tarkemman tarkastelun ja käytössä olevien yrityksen sisäisten materiaalien benchmarkkauksen jälkeen kävi ilmi, että omalle visuaalisuudelle oli sittenkin tarvetta.

Uuden kuvaston ilme noudattaa DS Smithin "Power of Less" -slogania ja siitä on karsittu kaikki ylimääräinen pois. Ilme on mahdollisimman raikas ja asiallinen. Valkoista taustaa on käytetty DS Smithin brändin mukaan. DS Smithin logoissa, niiden koossa ja

sijainneissa on noudatettu brändiohjeistusta. Fonttina on käytetty brändiohjeistuksen mukaista Soho Gothic Pro:ta ja myyntitelinekuvissa sekä otsikoiden väreinä brändiohjeistuksen mukaista oranssia sävyä.

Uuden kuvaston kanssa piti miettiä mikä on paras muoto kuvastolle. Haastatteluissa kävi ilmi, että oikealle painotalossa painetulle fyysiselle versiolle ei tässä vaiheessa ole tarvetta. Nykypäivänä lähes kaikki siirtyy digimuotoon, eivätkä asiakkaat halua ottaa vastaan ylimääräistä paperia. Tässä vaiheessa riittää, että pdf-muotoinen katalogi on sellainen, että sen voi tarvittaessa tulostaa paperille.

Uuden kuvaston yksi tärkeimmistä ominaisuuksista on sen käytettävyys. Myyjien tulisi voida hyödyntää kuvastoa helposti työssään. Tätä varten uudesta kuvastosta tehdään kaksi erilaista versiota. Toinen versio on vaakaan käännetty A5-kokoinen pdf, jolla on yhdellä sivulla yksi teline. Näin myyjä voi tarvittaessa lähettää vain haluamansa telineiden hyvälaatuiset kuvat asiakkaalle, ilman ylimääräistä työtä. Toinen versio kuvastosta on tavallista mustesuihkutulostusta varten tavallinen A4-kokoinen pdf-tiedosto. Tulostusversiota varten on liitetty yhteen kaksi A5 vaaka sivua, jolloin tuloksena on pysty A4 pdf.

6.3 Ilme

Digitaalisesti
helposti
hyödynnettävä
A5-kokoinen
versio. Kansilehti
ja esimerkit
vakiotelinekuvista.



03. Perushyllyteline



Sopii monille erilaisille tuotteille
Jokaisella neljällä hyllyllä tuote-
tilaa 375x189x147mm

Kasattavuus >>>

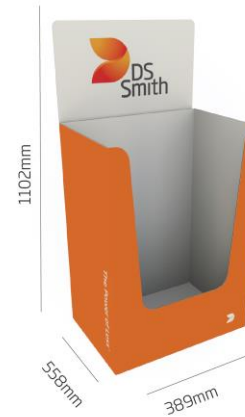
01. Vinotarjotinteline



Sopii erityisesti makeisille
Tuotetila 572x376x190mm

Kasattavuus >>

04. Teholavakontti

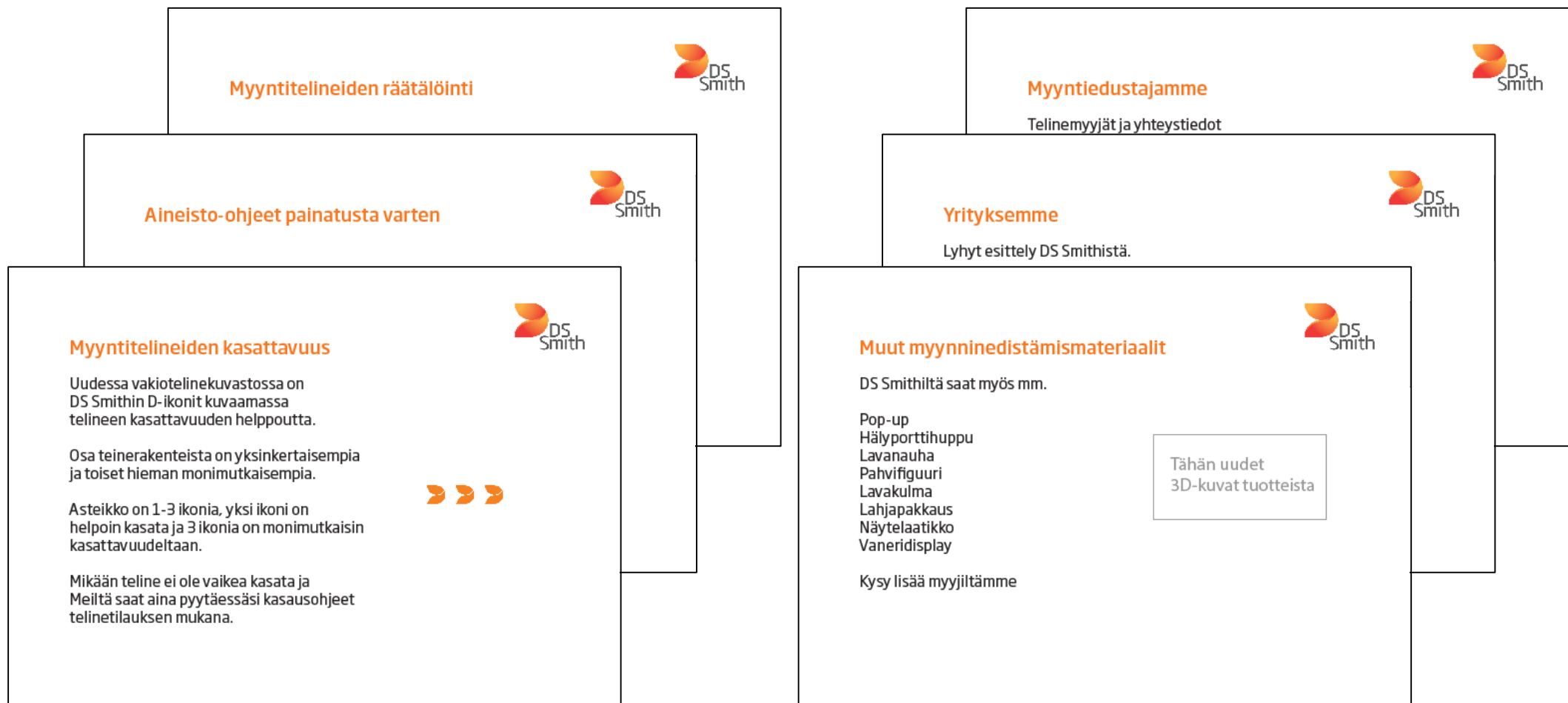


Sopii suoraan teholavalle
Tuotetila 552x382x780mm

Kasattavuus >

6.3 Ilme

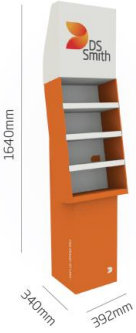
Vakiotelinekuvastoon tulisi vakiotelineiden esittelyn jälkeen lisäksi kuusi A5-sivua, jotka sisältäisivät tietoa telineiden kasattavuudesta, telineiden räätälöinnistä, painatuksen aineisto-ohjeet, DS Smithin lyhyt yritysesittely sekä myyjien yhteystiedot. Yhdelle sivulle olisi koottuna loput myynninedistämismateriaalit.



6.3 Ilme




03. Perushyllyteline



Sopii monille erilaisille tuotteille
Jokaisella neljällä hyllyllä tuote-tilaa 375x189x147mm

Kasattavuus >>>


04. Teholavakontti



Sopii suoraan teholavalle
Tuotetila 552x382x780mm


Kasattavuus >

Myyntitelineiden kasattavuus



Uudessa vakiotelinekuvastossa on DS Smithin D-ikonit kuvaamassa telineen kasattavuuden helppoutta.


Osa teinerakenteista on yksinkertaisempia ja toiset hieman monimutkaisempia.



Asteikko on 1-3 ikonia, yksi ikoni on helpoin kasata ja 3 ikonia on monimutkaisin kasattavuudeltaan.

Mikään teline ei ole vaikea kasata ja Meiltä saat aina pyytäessäsi kasausohjeet telinetilauksen mukana.

Muut myynninedistämismateriaalit



DS Smithiltä saat myös mm.

- Pop-up
- Hälyporttihuppu
- Lavanauha
- Pahvifiguuri
- Lavakulma
- Lahjapakkaus
- Näytelaatikko
- Vaneridisplay

Kysy lisää myyjiltämme

Tähän uudet
3D-kuvat tuotteista

Tulostukseen sopiva A4-versio. Tässä siis isompi kansilehti ja muut sivut kuten A5-versiossa, mutta jokaiselle sivulle tulee kaksi telinekuva, sekä telineiden jälkeen tulevat sivut sijoitetaan kaksi sivua allekain. Kaksi A5 kokoista vaakasivua muodostavat yhden A4-sivun.

6.4 Vakiotuotteet

Uuteen vakiotuotekuvastoon valikoitui 18 myyntitelineettä. Myyntitelineet valittiin haastatteluiden perusteella, sekä karsien liian samanlaiset telineet pois. Hieman vaikutti myös stanssityökalujen olemassaolo.

Uuden vakio kuvaston myyntitelineet:

Monitoriteline	Hyllyteline 3
Taittohyllyteline	Hyllyteline 5
Porrasteline	Hyllyteline 8
Huppujalustateline 2	Torniteline
Mutteriteline	Dollydisplay
Pyörremutteri	Dollydisplay mini
Minidisplay 2	Teholavakontti
Piikkiteline	Puolilavakontti
Hyllyteline 1	¼ lavakontti

Lisäksi muut materiaalit, jotka mainitaan kuvaston lopussa kootusti:

Pöytädisplayt

Pop-up

Hälyporttihuppu

Lavanauha

Pahvifiguuri

Lavakulma

Lahjapakkaus

Näytelaatikko

Vaneridisplay

6.5 Vakiotelineiden nimet

Vakiomyyntitelineiden nimet pitäisi mielestäni uudistaa helpommin ymmärrettäviksi ja osittain nykyaikaisemmiksi. Ehdottaisin seuraavia nimimuutoksia (sulkeissa vanha nimi):

Vinotarjotinteline (Monitoriteline)

Taittohyllyteline

Porrasteline

Huppujalustateline (Huppujalustateline 2)

Mutteriteline

Pyörremutteri

Minidisplay (Minidisplay 2)

Piikkiteline

Perushyllyteline (Hyllyteline 1)

Pulloteline (Hyllyteline 3)

Tölkkiteline (Hyllyteline 5)

Hyllyteline reunoilla (Hyllyteline 8)

Torniteline

Dollydisplay

Minidollydisplay (Dollydisplay mini)

Teholavakontti

Puolilavakontti

Varttilavakontti (1/4-lavakontti)

6.6 Vakiotelineiden kasattavuus

Uudessa vakiotelinekuvastossa on DS Smithin D-ikonit kuvaamassa telineen kasattavuuden helppoutta. Asteikko on 1-3 ikonia, yksi ikoni on helpoin kasata ja 3 ikonia on monimutkaisin kasattava.

Kasattavuutta arvioin yhdessä kokeneemman telinesuunnittelijan kanssa. Kuten jo luvussa 2.5 todettiin, kasattavuuteen vaikuttaa mm. telineen osien lukumäärä. Pisteytimme kaikki telineet kasattavuuden mukaan.

Kasattavuuden helppouteen vaikuttaa kasaajan kokemus telineistä ja niiden kokoamisesta. Eri telineet ovat kuitenkin vertailukelpoisia keskenään riippumatta kasaajasta.

Pisteytimme telineet seuraavasti:

Vinotarjotinteline >>

Taittohyllyteline >>

Porrasteline >>

Huppupalustateline >>

Mutteriteline >

Pyörremutteri >

Minidisplay >>

Piikkiteline >>

Perushyllyteline >>>

Pulloteline >>>

Tölkkiteline >>>

Hyllyteline reunoilla >>>

Torniteline >

Dollydisplay >

Minidollydisplay >

Teholavakonti >

Puolilavakontti >

Varttilavakontti >

6.7 Sisäinen hinnasto

Hinnaston ilmeessä käytettiin brändiohjeistusta.
Hinnaston hinnat ovat sisäiseen käyttöön, joten niitä ei voida julkaista tässä opinnäytetyössä.



**Vakiotelineiden
hinnasto**
Sisäiseen käyttöön
päivitetty 04/2020

Perushyllyteline
Taittohyllyteline
Porrasteline
Huppupalustateline
Mutteriteline
Pyörremutteri
Minidisplay
Vinotarjotinteline
Piikkiteline
Lokerikkoteline
Hupputeline hyllyillä
Pulloteline
Tolkkiteline
Torniteline
Dollydisplay
Minidollydisplay
Pöytädisplay
Pöytädisplay kannella
Teholavakontti
Puolilavakontti
Varttilavakontti

Pop-up
Hälyporttihuppu
Lavanauha
Pahvifiguuri
Lavakuilma
Lahjapakkaus
Näytelaatikko

Vaneridisplay

6.8 Sisäinen työkalulistaus

Stanssityökalulistauksen ulkonäkö on hyvin samanlainen kuin sisäisen hinnaston. Selkeys on pääasia.



Vakiotelineiden
stanssityökalulistaus
Sisäiseen käyttöön
päivitetty 04/2020

Perushyllyteline
Taittohyllyteline
Porrasteline
Huppupalustateline
Mutteriteline
Pyörremutteri
Minidisplay
Vinotarjotinteline
Piikkiteline
Lokerikkoteline
Hupputeline hyllyillä
Pulлотeline
Tolkkiteline
Torniteline
Dollydisplay
Minidollydisplay
Pöytädisplay
Pöytädisplay kannella
Teholavakontti
Puolilavakontti
Varttilavakontti

Pop-up
Hälyporttihuppu
Lavanauha
Pahviiguuri
Lavakuima
Lahjapakkaus
Näytelaatikko

Vaneridisplay

7. Jatkokehitys

7.1 Ideakuvasto ja painettu kuvasto

Opinnäytetyöprosessissa tuli esille useita jatkokehitysmahdollisuuksia vakiotelinekatalogille. Kaikkiin niihin ei voitu tarttua tällä erää, sillä prosessi piti pitää rajattuna sekä saada aikataulussa valmiiksi.

Seuraava askel toimivaan myynninedistämismateriaalien kokonaisuuteen olisi ideakuvaston tekeminen. Se on jo ideatasolla aloitettu. Ideakuvastossa voisi olla myyntitelineiden vakiotuotekuvastoon verraten paljon laajemmin erilaisia ja erikoisempia telineitä. Ideakuvaston telineet olisivat visuaalisia ja niiden tehtävänä olisi viestiä asiakkaalle erilaisista mahdollisuuksista myyntitelineiden

parissa. Haastatteluiden perusteella ideakuvasto kannattaa toteuttaa digitaalisessa muodossa.

Hyvin tehdyille painetulle kuvastolle tuntuisi olevan oma pienehkö ottajakuntansa. Jos joskus päädyttäisiin tekemään painettu kuvasto, pitäisi siinä haastatteluiden perusteella olla kaikki DS Smithin vakiotuotteet. Pelkille vakiotelineille painetusta katalogista tulisi liian lyhyt ja se hukkuisi muiden kevyiden esitteiden mukana paperinkeräykseen. DS Smithin vakiotuotteisiin kuuluu myyntitelineiden ja muiden myynninedistämismateriaalien lisäksi NEO-vakiolaatikot, verkkokauppalaatikot sekä

vihannes-, marja- ja juureslaatikot. Painetussa esitteessä olisi haastatteluiden perusteella hyvä olla tarkempi yritysesittely DS Smithistä sekä tiivistetysti ja selkeästi tietoa DS Smithin tuotantoprosesseista.

Painetun kuvaston tulisi olla laadukas ja tyylikäs, jotta se säilyisi asiakkaalla tallessa ja herättäisi mielenkiintoa ja viestisi ammattimaisuutta. Tyylikkyys ja laadukkuus tulisivat esille painatustuotteen valinnassa, materiaalin ja kirjansidontatekniikan avulla. Lukijan huomion kiinnittämisen vuoksi esitteen kannessa voitaisiin esimerkiksi hyödyntää erikoispainotekniikoita, kuten preeglausta eli kohopainatusta tai foliointia.

7.2 Digitaaliset kehitysideat

Digitaaliselle telineiden vakiotuotekuvastolle löytyi jonkin verran jatkokehitysideoita

Pyöriteltävät 3D-kuvat telineistä olisivat toivottuja sekä kauppaympäristöön visualisoidut kuvat telineistä. Näitä mahdollisuuksia selvitetään paraikaa.

Seuraava askel telineilauksissa voisi olla sovellus, jossa asiakas pääsee itse rakentamaan myyntitelineen tarjolla olevista erilaisista osista ja vaihtoehdoista. Samalla päivittyisi hinta tilaukselle.

Vakiotelinekuvaston digitaaliseen versioon voitaisiin lisätä hiilijalanjälkilaskuri. Hiilijalanjälkilaskurin toteutus olisi

haasteellinen tässä tapauksessa, sillä tuotteen hiilijalanjälki riippuu kuljetusketjusta ja sitä on vaikea vakioida. Hiilijalanjälki voitaisiin kuitenkin toteuttaa esimerkkitasolla ja päättämällä jotkin keskiarvot kuljetusketjulle.

Kestävää kehitystä ja ympäristöystävällisyyttä voitaisiin tuoda esille myös laskemalla telineen valmistuksessa muodostuvalla hukalla. Toiset rakenteet jättävät arkille enemmän hukkatilaa. Hukkatilan laskeminen olisi aika yksinkertaistakin.



Kuva 11. Visualisointi pyöriteltävästä 3D-kuvasta

8. Lopuksi

8.1 Yhteenveto

Tämän opinnäytetyöprosessin tavoitteena oli päivittää konseptitasolla DS Smith Suomen vakiotelinekuvasto nykyaikaiseksi ja palvelemaan paremmin vakiotuotekuvaston tarkoitusta. Olennainen kehityskohde oli myös vakiotuotekuvaston käyttö ja käytettävyys.

Opinnäytetyöprosessissa selvisikin haastatteluiden avulla hyvin mitä vakiotuotekuvastosta oli muutettava, jotta siitä saataisiin käyttötarkoitustaan paremmin palveleva.

Opinnäytetyössä selvisi, että käytössä oleva vakiotuotekuvasto oli liian monisivuinen ja

siinä oli liikaa erikoisia tuotteita.

Ratkaisua haettiin karsimalla tuotemäärää suuresti ja valikoimalla aidosti vakiotuotteiksi sopivimmat myyntitelineet vakiotuotekuvastoon. 84 tuotteesta vakiotuotekuvastoon valikoitui 18 myyntitelinettä sekä listaus muista myynninedistämismateriaaleista.

Tavoitteisiin päästiin ja vakiotelinekuvasto saatiin konseptitasolla valmiiksi. Mikäli uusi vakiotelinekuvasto menee DS Smithin markkinointipuolen tarkastuksesta läpi, toteutetaan vakiotuotekuvaston uudistus käytännössä loppuun asti. Aikataulullisesti tämän lopputoteutuksen on suunniteltu

tapahtuvan touko-kesäkuun aikana. Samalla pitäisi tuottaa myös ideakuvasto, jotta se täydentäisi uutta vakiotuotekuvastoa.

Uuden vakiotelinekuvaston konseptin lisäksi lopputuloksena saatiin pohja hinnastolle ja työkalulistaukselle. Näihin visuaalisesti valmiisiin brändin mukaisiin tiedostoihin voidaan päivittää ajantasaiset hinnat sekä työkalulistaus kun prosessi etenee seuraavaan vaiheeseen.

Opinnäytetyöprosessissa nousi esiin jatkokehitysideoita tulevaisuutta varten. Onkin tärkeää kehittyä jatkuvasti muuttuvan maailman mukana.

8.2 Arviointi

Opinnäytetyöprosessi oli erittäin antoisa ja työntäyteinen kokonaisuus. Prosessi oli melko haastava, mutta todella mielenkiintoinen. Aihe oli laaja ja asiantuntijuutta vaativa. Uusia ideoita löytyi prosessin edetessä ja mieleni olisi tehnyt laajentaa aihetta jatkuvasti. Sain kuitenkin langat pidettyä käsissäni ja mikä tärkeintä, opinnäytetyöprosessin vietyä loppuun asti.

Prosessia vaikeutti helmikuussa toteutunut paperiteollisuuden lakko, joka teki haastatteluiden toteuttamisesta hankalampaa. Muutama viikko lakon jälkeen tuli koronaviruspandemia. Näistä poikkeavista työoloista ja lisästressistä huolimatta jatkoin sitkeästi opinnäytetyöprosessia.

Sisäinen suunnitteluprosessini lähtee yleensä faktapohjalta ja teknisistä lähtökohdista. Minulle on ominaista runsas ideointi lähinnä pään sisäisesti sekä ongelmanratkaisuun keskittyminen. Tässä prosessissa huomasin, että minun olisi hyvä tehdä enemmän fyysisiä väliluonnoksia. Näin ideoistani jäisi dokumenttia, josta voi olla yllättävänkin paljon hyötyä tulevaisuudessa. Ammatillisesti kehittävää voisi olla myös lähteä joskus liikkeelle täysin päinvastaisista lähtökohdista. Teknisen lähestymistavan sijaan voisin ottaa suunnittelun lähtökohdaksi jonkin visuaalisen elementin tai aiheen ulkopuolelta olevan ideakuvan.

Muilta osin olen tyytyväinen tähän prosessiin ja sen esittelyyn, mutta olisin voinut avata luonnosteluvaihetta vielä paremmin. Kuitenkin lopputuotos on mielestäni onnistunut ja sain perusteltua hyvin tekemiäni suuriakin muutoksia. Mielestäni onnistuin hyvin myös taustatyön tekemisessä.

Opinnäytetyöprosessi oli erittäin opettavainen monella tapaa ja sainkin opetella yhden uuden ohjelmiston käyttöä. Tämä ohjelma oli Cinema 4D-mallinnusohjelma. Tästä ohjelmisto-osaamisesta tulee olemaan minulle jatkossa hyötyä työssäni rakennesuunnittelijana.

Lähteet

Adara 2020. Esite. [viitattu 28.3.2020]. Saatavissa:

http://www.adaradisplay.fi/tuotteet/?gclid=EAlalQobChMImdCxo4zp6AIVWe3tCh06vAIFEAAYASAAEgKRKvD_BwE

Aula, P. & Heinonen, P. 2011. M2 Maineeseen uusi aalto. Helsinki: Talentum

DS Smith 2019 DS Smith ja Ellen MacArthur -säätö globaaliin yhteistyöhön. [viitattu 2.4.2020]. Saatavissa:

<https://www.dssmith.com/fi/packaging/yritys/ajankohtaista/uutiset-ja-tiedotteet/2019/5/ds-smith-ja-ellen-macarthur-saatio-globaaliin-yhteistyohon>

DS Smith 2020a. Packaging lyhyesti. [viitattu 26.3.2020]. Saatavissa: <https://www.dssmith.com/fi/packaging/yritys/packaging-lyhyesti>

DS Smith 2020b. Myyntitelineet ja myymälälavat. [viitattu 26.3.2020]. Saatavissa:

<https://www.dssmith.com/fi/packaging/tarjonta/tuotteet/myynninedistamismateriaalit/myyntiteline-ja-display--ratkaisut/myyntitelineet-ja-myymalalavat>

DS Smith 2020c. Pysyvät myyntiteline ratkaisut. [viitattu 26.3.2020]. Saatavissa:

<https://www.dssmith.com/fi/packaging/tarjonta/tuotteet/myynninedistamismateriaalit/myyntiteline-ja-display--ratkaisut/pysyvat-myyntiteline-ratkaisut>

Järvi-Kääriäinen, T. & Ollila M. 2007. Toimiva Pakkaus. Helsinki: Tekijät ja Pakkausteknologia – PTR ry.

Laakso, O. & Rintamäki, T. 2003. Aaltopahvin valmistus ja jalostus. Jyväskylä: Gummerus

Popai 2014 Mass Merchant Shopper Engagement Study. 2014 Tutkimus. [viitattu 15.3.2020]. Saatavissa:

<https://memberconnect.shopassociation.org/HigherLogic/System/DownloadDocumentFile.ashx?DocumentFileKey=af210ce1-cdb1-d6fb-7306-8970cb321e60>

Suomen Aaltopahviihdistys. 2007. Aaltopahvi – Käyttäjän käsikirja. Valkeakoski: Suomen Aaltopahviihdistys

Suonio, L. 2010. Brändikäs. 6. painos, korjattu laitos. Helsinki: Tammi.

Veljekset Wahlsten 2020. Esite. [viitattu 28.3.2020]. Saatavissa: <http://epaper.fi/read/4864/4ajX0wSb>

Welling, T. 2019. Päätöksenteon ilmiöt myymälämarkkinoinnissa. Opinnäytetyö YAMK. [viitattu 15.4.2020]. Saatavissa: theseus.fi/handle/10024/161594

Lähteet

Kuva 1. DS Smith toimii maailman laajuisesti. [viitattu 20.4.2020]. Saatavissa: https://www.vippng.com/preview/imhimm_world-map-free-png-image-world-map-no/

Kuva 2. Aaltopahvi. [viitattu 18.4.2020]. Saatavissa: <https://pixabay.com/fi/photos/aallotettu-pahvi-laatikot-huilut-2225141/>

Kuva 3. Aaltopahvin kierrätys. [viitattu 18.4.2020]. Saatavissa: <https://www.dssmith.com/recycling/offering/recycling-services/cardboard-recycling>

Kuva 5. Ostokäyttäytyminen. [viitattu 15.4.2020]. Saatavissa: <https://www.pexels.com/photo/grocery-cart-with-item-1005638/>

Kuva 6. Myyntiteline herättää huomion. DS Smith Denmark 2020. [viitattu 28.3.2020]. Saatavissa: <https://www.dssmith.com/da/display-danmark/losninger/casehistorier/hojer-polser-vil-frem-i-butikken>

Kuva 7. Stanssaus kone. [viitattu 28.3.2020]. Saatavissa: <http://www.finnfold.fi/laitteet/stanssaus koneet/automaattinen stanssaus>

Kuva 9. Workshop. [viitattu 15.4.2020]. Saatavissa: <https://www.piqsels.com/en/public-domain-photo-jieen>

Kuva 10. Workshopia vetämässä. Kuvan ottaja: Marianne Puistoniemi 2020.

Liitteet

Liite 1. DS Smith 2018. Myynninedistämismateriaali

Myynninedistämismateriaalit



Sisällysluettelo

Vakiopainatukset.....	3
Myyntitelineet.....	5
Dollyhuput	19
Myymlälavat	21
Pöytädisplayt.....	27
Pop Up:it ja hälyporttihuput	31
Myymlämateriaalit	33
Muut myynninedistämismateriaalit	36

Vakiopainatukset

Vakiopainatus on nopea ratkaisu tarpeisiisi!

Olemme suunnitelleet sarjan vakiopainatuksia, jotka voidaan toteuttaa helposti ja nopeasti kuvaston tuotteisiin.

Vakiopainatukset

Valitse vapaasti alla olevista vaihtoehdoista **vakiopainatus** haluamallasi painovärillä, julisteeseen voi painattaa yrityksen logon. Helppoa, nopeaa ja kustannustehokasta!

Amazing Cool

cellent BEST AMAZING COOL excell
USEFUL forever FUN EFFECTIVE US
AMAZING COOL BEAUTIFUL AMAZI
SEFUL forever IMPORTANT USEI
BEAUTIFUL BEST excellent BEA
IMPORTANT EFFECTIVE FUN I
cellent BEST AMAZING COOL excell
USEFUL forever FUN EFFECTIVE US
AMAZING COOL BEAUTIFUL AMAZI
SEFUL forever IMPORTANT USEI

Snow



Kompakti



Wave



Myyntitelineet

Kolme neljästä kuluttajasta tekee lopullisen ostopäätöksen vasta myymälässä*, joten visuaalisesti houkutteleva ja tuotteita hyvin esiin tuova myyntiteline on merkittävässä asemassa myynninedistämässä.

Siksi valikoimaamme kuuluu vakiona jo eri kokoisia ja eri mitoituksella olevia telineitä.

Löytyykö valikoimasta tarpeisiisi sopiva vai suunnittelemmeko sinulle yksilöllisen ratkaisun edistämään myyntiäsi?

*POPAI, Mass Merchant Shopper Engagement Study 2014



Hyllyteline

850000-0001

Mitat

- Leveys 392 mm
- Syvyys 340 mm
- Korkeus 1644 mm
- Hyllyn tuotetila 375*189*147 mm
- Jalusta 303*293 mm



Hyllyteline 2

850000-0002

Mitat

- Leveys 352 mm
- Syvyys 310 mm
- Korkeus 1750 mm
- Hyllyn tuotetila 339*95*185 mm
- Jalusta 320*280 mm



Hyllyteline 3

850000-0003

Mitat

- Leveys 429 mm
- Syvyys 278 mm
- Korkeus 1566 mm
- Hyllyn tuotetila 400*269*292 mm



Hyllyteline 4

850000-0004

Mitat

- Leveys 425 mm
- Syvyys 400 mm
- Korkeus 1780 mm
- Hyllyn tuotetila 420*175*210 mm
- Jalusta 360*350 mm

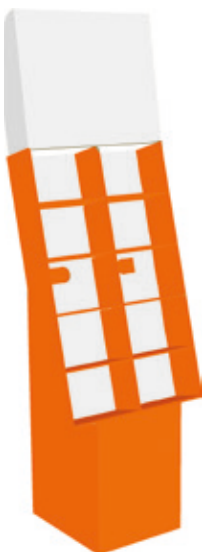


Hyllyteline 5

850000-0005

Mitat

- Leveys 390 mm
- Syvyys 240 mm
- Korkeus 1565 mm
- Hyllyn tuotetila 380*230*210 mm



Hyllyteline 6

850000-0006

Mitat

- Leveys 490 mm
- Syvyys 380 mm
- Korkeus 1620 mm
- Hyllyn tuotetila 225*130*157 mm
- Jalusta 320*380 mm



Hyllyteline 7

850000-0007

Mitat

- Leveys 420 mm
- Syvyys 320 mm
- Korkeus 1690 mm
- Hyllyn tuotetila 408*280*162-215 mm



Hyllyteline 8

850000-0008

Mitat

- Leveys 475 mm
- Syvyys 400 mm
- Korkeus 1800 mm
- Hyllyn tuotetila 460*150*145 mm
- Jalusta 360*330 mm



Hyllyteline 9

850000-0009

Mitat

- Leveys 270 mm
- Syvyys 310 mm
- Korkeus 1830 mm
- Hyllyn tuotetila 260*158*206 mm
- Jalusta 220*300 mm



Hyllyteline 10

850000-0010

Mitat

- Leveys 325 mm
- Syvyys 380 mm
- Korkeus 1810 mm
- Hyllyn tuotetila 320*195*220 mm
- Jalusta 300*340 mm



Hyllyteline 11

850000-0011

Mitat

- Leveys 435 mm
- Syvyys 310 mm
- Korkeus 1760 mm
- Hyllyn tuotetila 433*182*220 mm
- Jalusta 380*300 mm



Hyllyteline 12

850000-0053

Mitat

- Leveys 390 mm
- Syvyys 380 mm
- Korkeus 1560 mm
- Hyllyn tuotetila 180*165*220 mm
- Jalusta 367*377 mm



Hyllyteline 13

850000-0054

Mitat

- Leveys 480 mm
- Syvyys 270 mm
- Korkeus 1650 mm
- Hyllyn tuotetila 350*140*247/195/200/195 mm
- Jalusta 306*276 mm



Hyllyteline infopalkilla

850000-0059

Mitat

- Leveys 360 mm
- Syvyys 320 mm
- Korkeus 1330 mm
- Tuotetila 120*158*180 mm
- Jalusta 320*310 mm



Minidisplay

850000-0055

Mitat

- Leveys 232 mm
- Syvyys 280 mm
- Korkeus 1280 mm
- Hyllyn tuotetila 210*260*280 mm



Minidisplay 2

850000-0047

Mitat

- Leveys 232 mm
- Syvyys 308 mm
- Korkeus 1453 mm
- Hyllyn tuotetila 220*145*210 mm



Hylly-/piikkiline

850000-0049

Mitat

- Leveys 374 mm
- Syvyys 377 mm
- Korkeus 1475 mm
- Hyllyn tuotetila 115*190*313 mm
- Vaihtoehtoisesti 9 piikkipaikkaa



Piikkiline

850000-0012

Mitat

- Leveys 418 mm
- Syvyys 302 mm
- Korkeus 1875 mm
- Tuotetila 990*400*158 mm
- 9 piikkipaikkaa
- Jalusta 303*302 mm



Piikkiline 2

850000-0048

Mitat

- Leveys 500 mm
- Syvyys 302 mm
- Korkeus 1930 mm
- Tuotetila 1084*484*158 mm
- 13 piikkipaikkaa
- Jalusta 322*302 mm



Taittohylyteline

850000-0014

Mitat

- Leveys 408 mm
- Syvyys 370 mm
- Korkeus 1570 mm
- Hyllyn tuotetila 402*252*252 mm
- Jalusta 382*370 mm



Porrasdisplay

850000-0015

Mitat

- Leveys 448 mm
- Syvyys 400 mm
- Korkeus 1475 mm
- Hyllyn tuotetila: 440*204*207 mm
- Jalusta 392*363 mm



Porrasdisplay 2

850000-0016

Mitat

- Leveys 478 mm
- Syvyys 400 mm
- Korkeus 1435 mm
- Hyllyn tuotetila: 470*290*206 mm
- Jalusta 402*372 mm



Tarjotinteline

850000-0056

Mitat

- Leveys 461 mm
- Syvyys 540 mm
- Korkeus 1510 mm
- Hyllyn tuotetila: 455*166*225 mm
- Jalusta 406*496 mm



Tarjotinteline 2

850000-0057

Mitat

- Leveys 762 mm
- Syvyys 352 mm
- Korkeus 1760 mm
- Hyllyn tuotetila: 736*330*210 mm



Monitoriteline

850000-0013

Mitat

- Leveys 397 mm
- Syvyys 480 mm
- Korkeus 1420 mm
- Tuotetila: 572*376*190 mm
- Jalusta 343*463 mm



Huppupalustateline

850000-0026

Mitat

- Leveys 389 mm
- Syvyys 350 mm
- Korkeus 1182 mm
- Tuotetila: 374*312*392 mm
- Jalusta 389*330 mm



Huppupalustateline 2

850000-0027

Mitat

- Leveys 381 mm
- Syvyys 419 mm
- Korkeus 1318 mm
- Tuotetila: 400*366*436 mm

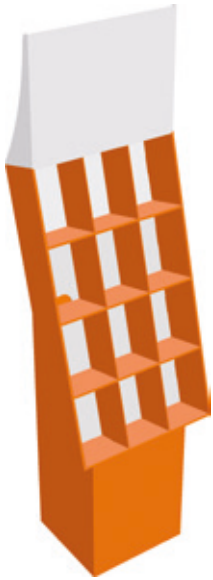


CD-hyllyteline

850000-0017

Mitat

- Leveys 622 mm
- Syvyys 544 mm
- Korkeus 1397 mm
- Tuotetila: 147*86*90 mm
- Jalusta 429*422 mm



DVD-hyllyteline

850000-0018

Mitat

- Leveys 518 mm
- Syvyys 400 mm
- Korkeus 1905 mm
- Tuotetila: 242*159*235 mm
- Jalusta 383*352 mm



Esiteteline

850000-0019

Mitat

- Leveys 465 mm
- Syvyys 400 mm
- Korkeus 1125 mm
- Tuotetila: 316*211*88 mm
- Jalusta 335*300 mm



Koridisplay

850000-0022

Mitat

- Leveys 596 mm
- Syvyys 398 mm
- Korkeus 852 mm
- Tuotetila 580*390*150 mm
- Jalusta 400*300 mm

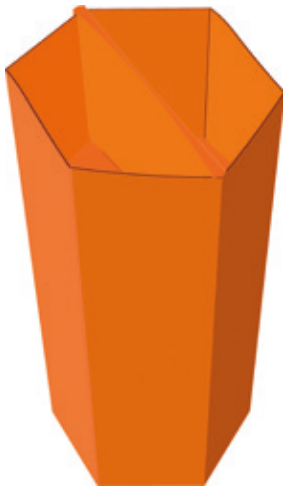


Mutteriteline

850000-0020

Mitat

- Leveys 468 mm
- Syvyys 539 mm
- Korkeus 1210 mm
- Tuotetila 465*536*250 mm



Mutteriteline 2

850000-0021

Mitat

- Leveys 350 mm
- Syvyys 406 mm
- Korkeus 800 mm
- Tuotetila 345*400*250 mm



Pyörremutteri

850000-0051

Mitat

- Leveys 420 mm
- Syvyys 486 mm
- Korkeus 790 mm
- Tuotetila 415*480*290 mm



Tornidisplay

850000-0052

Mitat

- Leveys 400 mm
- Syvyys 300 mm
- Korkeus 1224 mm
- Tuotetila 395*295*940 mm



Harjadisplay

850000-0058

Mitat

- Leveys 358 mm
- Syvyys 400 mm
- Korkeus 1885 mm
- Tuotetila 358*120*228 mm
- Jalusta 280*400 mm



Plywood Display

Mitat

- Leveys 600 mm
- Syvyys 400 mm
- Korkeus 1200 mm

Dollyhuput

Kuusi kymmenestä kuluttajasta päättää myymälässä minkä brändin tuotteen ostaa*.

Miksi et siis panostaisi tuotteesi esillelaittoon ja erottuvuuteen?

*OgilvyAction



Dollydisplay

850000-0060

Mitat

- Leveys 610 mm
- Syvyys 410 mm
- Korkeus 1582 mm
- Tuotetila 603*403*1345 mm



Dollydisplay 2

850000-0061

Mitat

- Leveys 430 mm
- Syvyys 326 mm
- Korkeus 1750 mm
- Hyllyn tuotetila 360*218*218 mm



Dollydisplay Mini

850000-0062

Mitat

- Leveys 411 mm
- Syvyys 311 mm
- Korkeus 1742 mm
- Tuotetila 405*305*1342 mm

Myymälälavat

79 % ostoksista tehdään muistinvaraisesti tai ilman ostoslistaa. Ostoksista vain 21 % tehdään joko paperisen tai sähköisen ostoslistan avulla*.

Jos haluat edistää tuotteidesi näkyvyyttä kaupassa, on myymälälava toimiva ratkaisu!

*POPAI, Mass Merchant Shopper Engagement Study 2014



Teholava

850000-0023

Mitat

- Leveys 558 mm
- Syvyys 389 mm
- Korkeus 1102 mm
- Tuotetila 552*382*780 mm



Puolilavakontti

850000-0024

Mitat

- Leveys 719 mm
- Syvyys 577 mm
- Korkeus 1340 mm
- Tuotetila 710*570*810 mm



Puolilavateline

850000-0025

Mitat

- Leveys 776 mm
- Syvyys 556 mm
- Korkeus 802 mm
- Tuotetila 770*550*490 mm



1/4 -lavadisplay

850000-0063

Mitat

- Leveys 586 mm
- Syvyys 386 mm
- Korkeus 1700 mm
- Hyllyjen tuotetila 560*364*280 mm
- Ylähyllyn tuotetila 560*365*155 mm



1/4 -lavadisplay 2

850000-0064

Mitat

- Leveys 585 mm
- Syvyys 385 mm
- Korkeus 1150 mm
- Tuotetila 580*380*340 mm



1/4 -lavadisplay 3

850000-0065

Mitat

- Leveys 585 mm
- Syvyys 385 mm
- Korkeus 1525 mm
- Hyllyjen tuotetila 286*364*280 mm
- Ylähyllyn tuotetila 560*365*155 mm



1/4 -lavadisplay 4

850000-0066

Mitat

- Leveys 598 mm
- Syvyys 398 mm
- Korkeus 1453 mm
- Tuotetila 592*392*683 mm



1/4 -lavadisplay 5

850000-0067

Mitat

- Leveys 590 mm
- Syvyys 390 mm
- Korkeus 1003 mm
- Tuotetila 585*385*548 mm



1/4 -lavadisplay 6

850000-0071

Mitat

- Leveys 590 mm
- Syvyys 390 mm
- Korkeus 1003 mm
- Tuotetila 585*385*548 mm



1/2 -lavadisplay

850000-0068

Mitat

- Leveys 765 mm
- Syvyys 575 mm
- Korkeus 1225 mm



1/3 -lavadisplay

850000-0069

Mitat

- Leveys 786 mm
- Syvyys 368 mm
- Korkeus 943 mm
- Tarjottimen tuotetila 350*270*50 mm, pinotaan kantavan tuotteen päälle



1/3 -lavadisplay korkea

850000-0070

Mitat

- Leveys 762 mm
- Syvyys 388 mm
- Korkeus 1400 mm
- Tarjottimen tuotetila 366*216*50 mm
- Mainospalkki 306*382*498 mm



Eurolavadisplay

850000-0072

Mitat

- Leveys 1206 mm
- Syvyys 786 mm
- Korkeus 850 mm
- Tuotetila 1200*780*844 mm



Talodisplay

850000-0050

Mitat

- Leveys 774 mm
- Syvyys 579 mm
- Korkeus 1500 mm
- Tuotetila 562*375*236 mm

Pöytädisplayt

Kun tuotteesi on pieni tai laitat sen esille esimerkiksi myyntitiskille tai kassahyllyyn, sopii pöytädisplay ratkaisuksi, sillä sen avulla varmistat maksimaalisen näkyvyyden kuluttajalle. Ratkaisu soveltuu monenlaisille tuotteille.

Miten voisimme auttaa sinua saavuttamaan myynnin kasvua?

Pöytädisplayt



Pöytädisplay

850000-0030

Mitat

- Leveys 443 mm
- Syvyys 395 mm
- Korkeus 115 mm/avattuna 411 mm
- Tuotetila 425*385*112 mm



Pöytädisplay 2

850000-0031

Mitat

- Leveys 212 mm
- Syvyys 179 mm
- Korkeus 75 mm/avattuna 326 mm
- Tuotetila 200*175*73 mm



Pöytädisplay 3

850000-0073

Mitat

- Leveys 515 mm
- Syvyys 162 mm
- Etureunan korkeus 60 mm/takaseinä 310 mm
- 5 piikkipaikkaa
- Tuotetila 505*156*310 mm



Pöytädisplay 4

850000-0074

Mitat

- Leveys 514 mm
- Syvyys 162 mm
- Etureunan korkeus 60 mm
- Takaseinä juliseen kanssa 510 mm
- Reikiä 30 kpl, halkaisija 14 mm



Pöytädisplay 5

850000-0075

Mitat

- Leveys 426 mm
- Syvyys 312 mm
- Korkeus 208 mm/julisteella 453 mm
- Tuotetila 410*307*205 mm



Pöytädisplay 6

850000-0076

Mitat

- Leveys 580 mm
- Syvyys 360 mm
- Korkeus juisteella 595 mm
- Alahyllyn tuotetila 574*347*180 mm
- Ylähyllyn tuotetila 560*347*125 mm

Pöytädisplayt



Pöytädisplay 7

850000-0077

Mitat

- Leveys 226 mm
- Syvyys 211 mm
- Korkeus julisteella 347 mm
- Tuotetila 215*200*80 mm



Pöytädisplay 8

850000-0078

Mitat

- Leveys 265 mm
- Syvyys 253 mm
- Korkeus julisteella 386 mm
- Etureuna 40 mm
- Tuotetila 260*249*183 mm

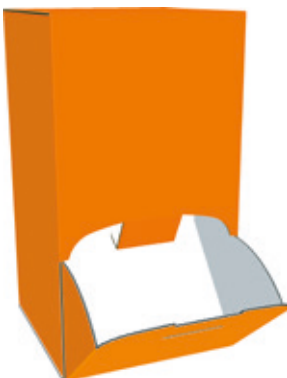


Samplerilaatikko

850000-0028

Mitat

- Leveys 220 mm
- Syvyys 204 mm
- Korkeus 200 mm



Samplerilaatikko 2

850000-0029

Mitat

- Leveys 118 mm
- Syvyys 123 mm
- Korkeus 222 mm

Pop Up:it ja hälyporttihuput

Onko tiedossa messut tai uutuustuotteen lanseeraus?

Pop Up:it ja hälyporttihuput ovat erinomaisia katseenvangitsijoita ja huomionherättäjiä myyntipisteissä kampanjamateriaalina tai erilaisissa tapahtumissa.

Pop Up:it ja hälyporttihuput



elipZ®

Tuotetiedot

- Patentoitu ratkaisu

Mitat

- Large: 1505*535 mm
- XXL: 1840*550 mm



Pop Up

Tuotetiedot

- Kiiltävä laminaatti tai offsetlakka pintaan

Mittavaihtoehdot

- 500*1500 mm
- 590*1800 mm



Hälyporttihuppu

Tuotetiedot

- Offsetlakka pintaan

Mitat

- 650*1550 mm

Myymälämateriaalit

Kuluttaja tekee ratkaisunsa myymälässä yhä nopeammin, vain sekunneissa*.
Siksi myynninedistämiseen kannattaa panostaa.
Myynninedistämismateriaali nostaa brändisi esiin ja varmistaa, että se huomataan.

Tilaa meiltä mobilet, hyllypuhujat, lippusiimat ja muut materiaalit - kaikki onnistuu yhdestä paikasta!

*Mintel: Understanding European Shopper Trends

Myymälämateriaalit



Lippusiima

Tuotetiedot

- A5
- Kolmio ja/tai neliö

Mitat

- Pituus 3,5 mm
- + sitomisvarat 75cm



Hyllypuhuja

Tuotetiedot

- Varressa 2-puoleinen teippi

Koko

- Halkaisija 100 mm



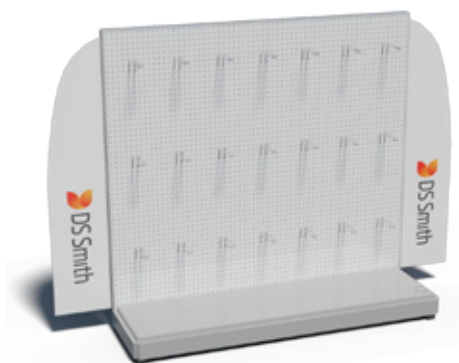
Mobile

Tuotetiedot

- Konepahvi 1,5mm

Koko

- Halkaisija 300 mm



Hyllynpäädyn sivut

Tuotetiedot

- 2 sivua/setti
- Magneettiteipit
- Kartonki

Koko

- 175*1980 mm

Myymälämateriaalit



Lavakulma

850000-0041

Mitat

- 620*350*401 mm



Lavakulma 2

850000-0042

Mitat

- 575*473*452 mm



Lavanauhat

- Leveys tarpeen mukaan, yleensä 150-400 mm
- 1- tai 2-puolinen painatus
- 25 jm/rulla tai sopimuksen mukaan



Kylmädisplayt

- Erinomainen vaihtoehto tuotteen esillepanoon myymäläkampanjoissa, messuilla ja erilaisissa tapahtumissa.
- Painetut pahviosat ovat vaihdettavissa kampanjakohtaisesti.
- Kylmäkoneeseen on saatavilla allas- ja kaappimallinen display -ratkaisu julisteella tai ilman.
- Nopeasti kasattava ja mahtuu pieneen tilaan (0,19m²).

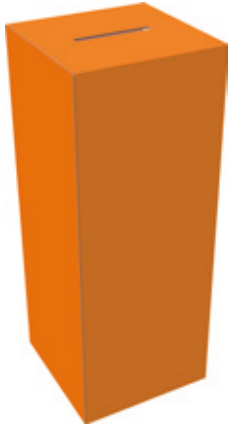
Muut myynninedistämismateriaalit

Kuluttajat pitävät kilpailuista, joten miksi et edistäisi myyntiäsi esimerkiksi arvonnalla?

Tuotteesi brändiä tukeva kilpailukuponkilaatikko kiinnittää asiakkaan huomion ja kertoo viestiäsi. Samalla tyyllillä toteutetut somistusmateriaalit, kuten PrintArtFlute -taulut, luovat yhtenäisen kokonaisuuden.

Tutustu valikoimaamme - ja anna meidän auttaa lisäämään myyntiäsi!

Myynninedistämismateriaalit



Kilpailukuponkitorni

850000-0033

Mitat

- Leveys 352 mm
- Syvyys 353 mm
- Korkeus 898 mm



Kilpailuteline

850000-0034

Mitat

- Leveys 407 mm
- Syvyys 306 mm
- Korkeus 1281 mm
- Lokeroiden sisämitta 135*38*108 mm
- Kuponkiaukon leveys 170 mm



Kilpailukuponkilaatikko

850000-0032

Mitat

- Leveys 250 mm
- Syvyys 200 mm
- Korkeus 200 mm
- Kuponkiaukon leveys 120 mm



Somistuslaatikko

850000-0035

Mitat

- Leveys 200 mm
- Syvyys 200 mm
- Korkeus 200 mm



Lahjalaukku

850000-0036

Sisämitat

- 297*142*323 mm



Lahjalaukku 2

850000-0037

Sisämitat

- 320*293*87 mm



PrintArtFlute -taulut

- **850000-0043:** 400 * 300 * 30 mm
- **850000-0044:** 500 * 500 * 30 mm
- **850000-0045:** 800 * 600 * 30 mm
- **850000-0046:** 1180 * 700 * 30 mm



Figuurit

850000-0079

Figuri on erinomainen katseenvangitsija ja huomion herättäjä myyntipisteessä kampanjamateriaalina tai erilaisissa tapahtumissa.

Figuureissa voidaan käyttää usein esimerkiksi elokuvista, radiosta tai televisiosta tuttuja julkisuuden henkilöitä aidossa koossa.

DS Smith
PI 426
33101 Tampere
Puh. 010 245 2111
info.packfi@dssmith.com
dssmithpackaging.fi

© Copyright DS Smith