

KYMENLAAKSON AMMATTIKORKEAKOULU

Muotoilun koulutusohjelma/ designer stylist

Tuija Pigg

YRITYKSEN ESITTELYKOKONAISUUS ECODECOLLE

Opinnäytetyö 2011

TIIVISTELMÄ

KYMENLAAKSON AMMATTIKORKEAKOULU

Muotoilu

PIGG, TUIJA	Yrityksen esittelykokonaisuus EcoDecolle
Opinnäytetyö	30 sivua + 5 liitesivua
Työn ohjaaja	Lehtori Esko Ahola
Toimeksiantaja	EcoDeco Tmi Tuija Pigg
Lokakuu 2011	
Avainsanat	ekologinen sisustusstailaus, markkinointi, visuaalinen erottuvuus, messut

Opinnäytetyö on tehty opiskelijan omalle yritykselle EcoDecolle, jonka päätoimialueina ovat ekologinen sisustaminen ja järjestelysiivous. Opinnäytteen tavoitteena oli saada pienelle yritykselle aikaan muuntuva, erottuva ja helppokäyttöinen ja ekologinen esittelykokonaisuus, joka hieman muunnellen sopisi erilaisiin ja eri kokoisiin esittelytilaisuuksiin.

Työ on produktiivinen ja painottunut eri ratkaisujen hinta- ja ekologisuusvertailuihin. Varsinainen suunnittelutyö tutkii käytännössä järkevien ja käyttökelpoisten ratkaisujen yhteensopivuutta sekä ekologisesti kestävien ja pitkäikäisten kokonaisuuksien löytämistä. On pyritty pitämään yrityksen linja näkyvänä päätettäessä kokonaisuuksien eri osia.

Lopputuloksena saatiin aikaan kaksi toisistaan erottuvaa kokonaisuutta. Niitä on mahdollisuus käyttää molempia erikseen tai varioida niistä molemmista osia yhdistellen kuhunkin tilaisuuteen sopivia versioita. Näin saadaan yritysilmeeeseen vaihtelevuutta taloudellisesti, ekologisesti ja visuaalisesti.

ABSTRACT

KYMENLAAKSON AMMATTIKORKEAKOULU

University of Applied Sciences

Design

PIGG, TUIJA

Exhibition collection for EcoDeco

Bachelor's Thesis

30pages + 5 pages of appendices

Supervisor

Ahola Esko, senior lecturer

Commissioned by

EcoDeco Tmi Tuija Pigg

October 2011

Keywords

ecological design, exhibition, marketing,
visual distinctiveness, multipurpose furniture

The thesis is made for students own firm EcoDeco. This firm does interior designing and styling in ecological way. The firm also offers services on professional organizing. Its slogan is: "more spacious space, more spacious mind."

The subject of this thesis is to design an exhibition collection of furniture and other marketing materials for the EcoDeco. As a small company, EcoDeco does not usually go to big exhibitions; smaller events are more realistic to attend. Therefore, the firm needs versatile and easy to display furniture which is light to carry and quickly combined for various types of events.

The thesis is productive and the research problem is how to find all things necessary things and how to produce a simple but impressive collection. Final result of this thesis was two different kinds of collections exhibition furniture. They answer to the research problems rather well.

SISÄLLYSLUETTELO

1	JOHDANTO	6
2	TUTKIMUSMETODIT JA AIKAISEMMAT TUTKIMUKSET	7
	2.1 Käsitekartta	7
	2.2 Viitekehys	8
	2.3 Tutkimuskysymykset	9
	2.4 Aikaisemmat tutkimukset	9
3	ECODECO TMI TUIJA PIGG: YRITYSIDEA JA PALVELUT	10
	3.1 Ekologinen sisustaminen	10
	3.2 Professional organizer/järjestelysiivooja	12
	3.3 Yrityksen graafinen ilme	13
	3.4 Pienen yrityksen markkinointi	14
	3.5 Tapahtumat ja tilaisuudet	15
4	SUUNNITTELU	15
	4.1 Ideointi ja moodboardit	15
	4.2 Suunnitteluprosessi	16
	4.3 Eri kokonaisuudet ja niiden muunneltavuus	18
	4.4 Tuotteiden ekologisuus- ja hintavertailu	22
5	OMA ARVIOINTI	23

LÄHTEET

KUVALUETTELO

LIITTEET

Liite 1. Aikaisemmat oppinäytetyöt aiheesta messuosasto.

Liite 2. Tuotteet kokonaisuus 1

Liite 3. Tuotteet kokonaisuus 2

Liite 4. Kokonaisuus 1 A3

Liite 5. Kokonaisuus 2 A3

1 JOHDANTO

Teen opinnäytetyöni omalle yritykselleni EcoDecolle. EcoDeco on perustettu kesällä 2010. EcoDecon toimialueena ovat ekologinen sisustusstailaus ja järjestelysiivous yksityistalouksiin ja pieniin yrityksiin. Stailaus ja järjestelysiivous kulkevat tavallaan käsi kädessä; jo turhan tavaran poistaminen ja niiden uudelleenorganisointi tuovat tilaa ja levollisuutta ympäristöönsä. Järjestämällä huonekalut uusiin paikkoihin, vaihtamalla tekstiilejä ja taulujen ja koriste-esineiden paikkoja saadaan uusi ilme kotiin ja työpaikoille. Stailata ei voi ilman järjestelyä ja järjestely on tavallaan stailaamista.

Tässä opinnäytetyössä tarkoitukseni on kehittää EcoDecon näkyvyyttä erilaisissa tapahtumissa. Suunnittelen kokoonpanon erilaisia esittelyseinäkkeitä ja pöytätasoja, jotka toimivat isommissa tapahtumissa, kuten esimerkiksi messuilla, yhdessä sekä pienissä tapahtumissa yksittäisinä elementteinä hävittämättä yleisilmeen yhtenäisyyttä. Pienyrittäjän budjetti on yleensä hyvin minimaalinen ja monet jättävätkin markkinointimateriaalin pienemmälle huomiolle keskittymällä itse yrityksen aloittamiseen. Itselläni on kuitenkin ollut vahva linjaus siinä, että yrityksen visuaalinen olemus on erittäin tärkeä osa asiakashankintaa.

Yrityksen viestinnän tehtävänä on luoda kilpailijoista erottuva, yrityksen tuotteista ja palveluista kertova yrityskuva. Ihmisten mielikuvien herättäminen ja niihin jääminen on näkemisen, tunnistamisen, kokemisen ja muistamisen prosessi. Ensiaistimus on jopa 75 % näköaistin varassa, joten yrityksen visuaalinen ilme ei ole yhdentekevä. (Nieminen 2004, 26 – 27.)

Yritykselläni on jo mainostoimisto Funky Printin suunnittelema graafinen ilme, kotisivut ja erilaiset mainos-, käyntikortti- ja lomakepohjat, joten opinnäytetyöni keskittyy koottaviin, pieneen kokoon meneviin, helposti kuljetettaviin kalusteisiin tai seinäkkeisiin. Kantavana teemana on myös ekologisuus, joka liittyy myös vahvasti omaan yritysideaani tarjoamieni palvelujen osalta.

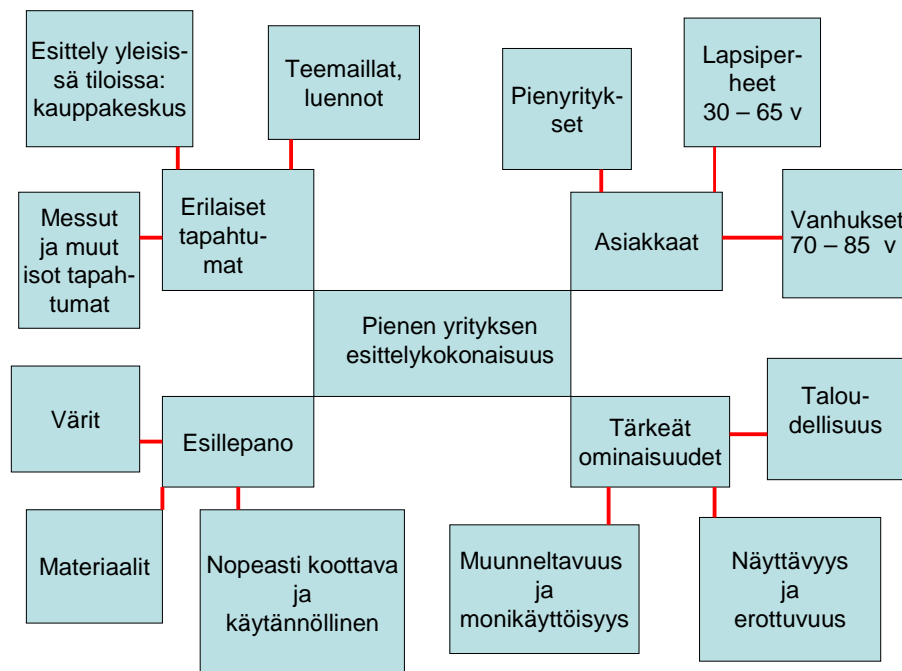
Opinnäytetyön tekeminen omalle yritykselle on valmistumisen jälkeisen työllistymisen kannalta tärkeää. Keskittyminen jo opiskeluaikana yrityksen eteenpäin viemiseen kantaa hedelmää. Hyvin suunniteltu on puoliksi tehty. Oman osaamisen jalostaminen ja herkkyys muuntautua muuttuvan maailman mukana on erityisesti luovan alan yrittäjän vahvuuksia (Krook 2011).

2 TUTKIMUSMETODIT JA AIKAISEMMAT TUTKIMUKSET

Opinnäytetyö on produktiivinen käsittäen tutkimuksellisen osion, jossa etsitään erilaisia vaihtoehtoja sopivan kokonaisuuden aikaansaamiseksi ja vertaillaan niitä toisiinsa. Itse toteutus tullaan tekemään esityskuvien avulla, sillä budjetti ei riitä varsinaisten hankintojen tekemiseen.

2.1 Käsitekartta

Käsitekarttaan on listattu keskeiset huomioonotettavat seikat suunnitelmaa tehtäessä. Ensiarvoisen tärkeää on pitää mielessä asiakasryhmät, jotka tässä on jaoteltu kolmeen kategoriaan. Pääasiallinen asiakasryhmä on kotitaloudet ja niissä kaksi eri pääryhmää lapsiperheet ikäjakaumaltaan 30 – 50 vuotta ja ikäihmiset 70 – 85 vuotta. Lisäksi kohderyhmänä on pienyritykset, niissä lähinnä toimistot ja asiakastilat.



Kuva 1. Käsitekartta

(Tuija Pigg 2011)

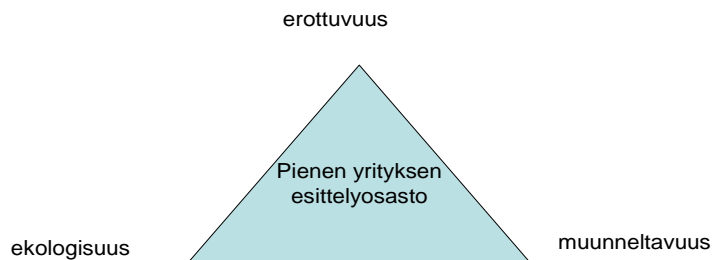
Esittelyosaston kokoonpanoa tullaan käyttämään erilaisissa tilaisuuksissa. Messut tulevat olemaan pienyrityksessä harvinaisempia, ehkä maksimissaan kerran vuodessa tapahtuvia käyntejä. Sen sijaan erilaiset esittelytilaisuudet pienemmässä mittakaavassa

ja mahdolliset asiantuntijaluennot asettavat omanlaisensa vaatimukset esittelykokoonpanolle.

Esittelyosaston esillepano esittelee yrityksen ilmeen. Värät ja yleisilme ovat tärkeitä kilpailukeinoja pienemmissäkin tapahtumissa. Käytännöllisyys, osaston nopea koottavuus ja helppo kuljettaminen tuovat esittelyosaston elementeille pitkäikäistä käyttökävyyttä. On taloudellista, ettei joka tapahtumaan tarvitse hankkia uutta materiaalia, vaan valmiiksi harkituilla ja hyvin tehdyillä ratkaisulla tullaan toimeen pitkään.

2.2 Viitekehys

Viitekehukseen on koottu kolme keskeisen tärkeää elementtiä tässä opinnäytetyössä. Pienyrittäjän harkitusti suunnitellulla kokoonpanolla haetaan ensisijaisesti erottuvuutta muista. Ekologisen yrityksen pitää muistaa omat periaatteensa, joten ekologisuutta ei voi myöskään ohittaa suunnitellessa yrityksen ilmeeseen ja yrityksen esilletuomiseen liittyviä asioita. Muunneltavuus on suunnittelun ja opinnäytetyön keskeisiä pääteemoja ja idean lähtökohta.



Kuva 2. Viitekehys

(Tuija Pigg 2011)

2.3 Tutkimuskysymykset

Millä keinoin saadaan pienen tilan esittelyosastolle näyttävyyttä? Tutkitaan erilaisia valmiita ratkaisuja ja sovelletaan niistä saatuja ideoita pienen yrityksen tarpeisiin sopiviksi. Mietitään yksinkertaisuuden ja selkeyden osuutta näkyvyyteen.

Mitä erilaisia materiaaleja ja teknisiä ratkaisuja löytyy? Käydään läpi erilaisten markkinointivälineitä valmistavien yritysten tuotteita ja vertaillaan niitä toisiinsa. Tutkitaan eri teknisten ratkaisujen käyttömukavuutta ja helppoutta.

Miten on mahdollista käyttää kierrätysmateriaaleja? Selvitetään kuinka paljon on saatavilla kierrätysmateriaalia, joka soveltuu esittelykäyttöön ja onko uutena ostettavia tarvikkeita mahdollista uudistaa ja uusiokäyttää.

2.4 Aikaisemmat tutkimukset

Erilaisia messuosasto-suunnitelmia on tehty opinnäytetöinä, mutta yleensä tilaajana on ollut suuri yritys tai oppilaitos. Lähelle omaa suunnitteluideologiaani osaston ja materiaalin suhteen pääsee Esa Arola opinnäytetyössään Messuosasto Koskinen Oy:lle. Siinä Arola hakee muunneltavuutta ja osaston käyttöä useammassa tapahtumissa (Arola, 2006.) Koskinen Oy on kuitenkin iso, kansainvälistä toimintaa harjoittava yritys, joten sen suunnittelu ei ole suoraan verrannollinen pienyrityksen esittelykokoontalon suunnitteluun. Muutkin suunnitteluun painottuvat opinnäytetyöt sisältävät suunnittelun isommalle yritykselle tai yhteisölle (Liite1).

Lisäksi opinnäytteitä on tehty messujen osuudesta osana yrityksen markkinointiviestintää. Muun muassa Annemari Lindevall käsittelee työssään messuosaston visuaalisen ilmeen vaikutuksia yrityksen imagoon ja toteaa sen olevan olennaisen tärkeää (Lindvall, 2008). Vaikkakin kyseisessä opinnäytetyössä sivutaan myös design managementia, keskittyy työ kuitenkin enemmän markkinointiin varsinaisen suunnittelun sijaan.

3 ECODECO TMI TUIJA PIGG: YRITYSIDEA JA PALVELUT

EcoDeco on perustettu vuoden 2010 kesällä. EcoDecon yritysideoana on sisustaa ekologisesti ja vastuullisesti. Kierrätysmateriaalit, olemassa olevat huonekalut ja tekstiilit ovat pääasiassa sisustuksia tehtäessä. Uutta hankittaessa otetaan huomioon koko tuotteen elinkaari ja kestävyys.

EcoDeco auttaa myös tavarakaaoxista selviämisessä. Maailmalla käytetään termiä professional organizer, mutta EcoDecossa harjoitetaan järjestelysiivousta. Siivouksen ohella löydetään materiaalia muidenkin tilojen sisustamiseen tai ylimääräinen tavara kuljetetaan nurkista pois kierrätykseen, hyväntekeväisyyteen tai hyötyjätepisteeseen (EcoDeco, 2010.)

Opiskeluprojektit on pyritty tekemään EcoDecon puitteissa. Projekteissa on opeteltu tulevaa yritystoimintaa ja projektinhallintaa. Työharjoittelu erilaisissa kohteissa on tuonut näkemystä hinnoitteluun, ajankäyttöön sekä tuotteistamiseen. Vastaavissa muualla toimivissa yrityksissä järjestelysiivouksista on tehty tuotepaketteja, muun muassa Ordinare Helsingissä tekee Tupatarkastuksen, joka käsittää perusteellisen asunnon järjestelysiivouksen kun taas saman yrityksen Pikkuhomma on muutaman tunnin kevyt kaappisiivous (Ordinare 2011.) Tähän suuntaan on tarkoitus pyrkiä myös EcoDecossa.

3.1 Ekologinen sisustaminen

Ekologinen sisustaminen on vastuullista ja ihmisen hyvinvointia lisäävää sisustamista. Ekosisustaja Raija Puukko toteaa kotisivullaan harmonian syntyvän monen eri aikakerroksen esineistä, jotka tuovat vanhat tarinat keskelle nykyarkea (Ekosisustus, 2009.) Vastuullinen kuluttaminen on nykypäivää, on aika alkaa tiedostamaan luonnonvarojen hupeneminen, ilmastonmuutos ja maailman yleinen tila. Kotimaisen kulutuksen suurimmat ilmastovaikutukset tulevat nimenomaan kotitalouksista (70%). Yksittäisillä, pienilläkin, oikeilla valinnoilla on siis merkitystä (Kurkinen, 2011.)

Ekologisesti voi sisustaa monella eri tapaa. Kirpputori- ja romusisustamisen rinnalla ekologista sisustamista on myös antiikki- ja design-huonekalujen ja tavaroiden käyttö.

Tekstiilivalinnoissa kannattaa miettiä tarkkaan tekstiilin käyttötarkoitus ja elinkaari. Ekologia tekstiilejä löytyy niin luonnonkuiduista kuin tekokuiduistakin. Tunnetut serfioidut merkit, kuten esimerkiksi Joutsenmerkki, helpottavat osaltaan kuluttajaa valinnoissaan (Ekologinen sisustaminen, 2010).

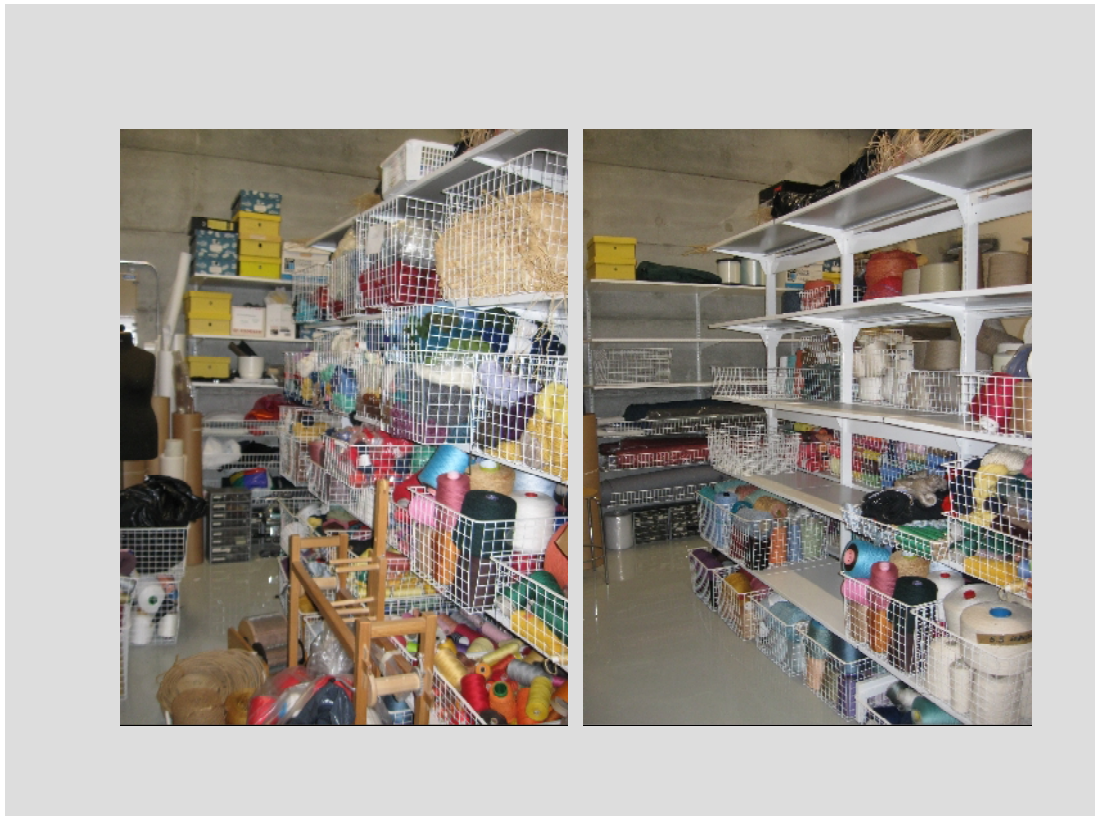


Kuva 3. Poikamiesasunto ennen ja jälkeen stailauksen (Tuija Pigg 2010)

EcoDecon oma slogan ”Avarammat tilat, avarampi mieli” tuo esille yrityksen linjauksen siitä, kuinka paljon tavara rajoittaa ihmistä myös henkisesti. Lempeästi stailaamalla ja turhat ”rojukerrokset kodista kuorimalla” tuodaan ihmiselle tärkeään paikkaan mielenrauhaa ja tilaa.

3.2 Professional organizer/järjestelysiivoja

Professional organizing on Yhdysvalloissa 20 vuotta sitten syntynyt palvelumuoto, joka ohjaa ja kehittää tilojen, tavaroiden, papereiden ja ajan järjestämistä. Alalla toimii ammattilaisia ympäri maailman, mutta varsinaista koulutusta, joitakin lyhyitä kursseja lukuun ottamatta, ei kyseiseen ammattiin ole. Erilaisia organizerin työalueita ovat muun muassa kotitalouksien erilaisten tilojen järjestäminen (kaapit, ullakot, autotallit ja niin edelleen). Organizer auttaa muuttojen koordinoinnissa, asuntojen myyntistailauksissa, arkistojen järjestelyssä ja ajan- ja elämänhallinnassa (Luoma, 2009.)



Kuva 4. Kyamkin varasto ennen ja jälkeen järjestelyn. (Tuija Pigg 2011)

Suomessa professional organizereita toimii jo isoimmissa kaupungeissa ja työtilaisuuksia alkaa löytyä ammatin tunnettavuuden kasvaessa. EcoDecon idea kotitalouksien kaappisiivouksista oli mielessä jo kauan ennen kuin kyseinen ammattikunta tuli yleiseen tietoon. Työ vaatii tekijältään järjestelmällisyyttä ja esteettistä tajua. Stailistin opinnot tuovat lisäksi ammattitaidon muun muassa värien, materiaalien ja tilojen hahmottamiseen. Ajan hermolla olevan yritystoiminnan saattaminen oman paikkakunnan asiakaskunnan tietoon vaatii nyt tiedotusta ja esilläoloa.

3.3 Yrityksen graafinen ilme

Yrityksen graafisen ilmeen on suunnitellut tamperelainen mainostoimisto Funky Print. EcoDecolla on kotisivut, käyntikortti ja erilaiset lomakepohjat ja esitteet. Nämä ovat ohjenuorana mietittäessä esittelyosaston värejä ja yleisilmettä.

Yrityksen tunnusväri turkoosinvihreä on raikas ja erottuva. Logo on rakennettu kuvio-osta ja tekstistä ja 50-lukulainen mustavalkoinen naisfiguuri sivun tai käyntikortin laidassa kiinnittää helposti huomiota.



Kuva 5. EcoDecon graafinen ilme

(Funky Print 2011)

Naisfiguurin tehtävänä on myös tuoda esille EcoDecon slogan ”avarammat tilat, avarampi mieli” ja kertoa EcoDecon olevan professional organizer eli järjestelysiivoja. Turkoosinvihreä ja mustavalkoisuus tulevat olemaan tärkeä osa esittelykokonaisuuden suunnittelua.

3.4 Pienen yrityksen markkinointi

Markkinointi on tärkeää myös pienyrityksessä. Yrityksen muut kulut etenkin yritystoimintaa aloitettaessa ovat yleensä etusijalla ja markkinointia hoidetaan vähän toisella kädellä. EcoDeco on alusta pitäen halunnut luoda selkeän yritysilmmeen ja saada näkyvyyttä muilla kuin perinteisin markkinoinnin keinoin. Perinteisenä markkinointina pidetään muun muassa lehtimainontaa. Asiaa tutkittaessa löytyi termi sissimarkkinointi.

Sissimarkkinoinnin pääperiaatteita ovat mielikuvituksen käyttö, uusien esilletulo-kanavien löytäminen ja toiminta strategioiden luomisen sijaan. Toiminta-ajatukseen sopii hyvin esilläolo erilaisissa tapahtumissa. Kunnolliset kotisivut ja sosiaalisen median käyttö kuuluvat myös sissimarkkinoinnin toimenkuvaan. Sissimarkkinoija yhdistelee erilaisia markkinointikeinoja tavoittaakseen asiakkaat mahdollisimman ruohonjuuritasolla (Parantainen, 2008.) Jari Taipale toteaa kirjassaan Brändi, että yrityksen kaikki toiminta vaikuttaa asiakkaalle annettavaan lupaukseen ja sen lunastamiseen. Jokainen asiakaskontakti on mahdollisuus vahvistaa erottumista muista. Palvelun tuottajan on ensiarvoisen tärkeää tuntea asiakkaansa todellisuus ja sosiaalinen asema (Taipale, 2007, 28 – 29.)

Visuaalisen markkinoinnin ja design managementin avulla voidaan tuottaa asiakkaille ja käyttäjille lisäarvoa luomalla halutunlaista mielikuvaa välittävää ja tehtäväänsä sopivaa muotoilua eri kanavien kautta. Vastaanottaja mieltää näin eri viestit yhteenkuuluviksi ja toisiaan tukeviksi (Pohjola 2003, 13.) Yhtenäiset kotisivut, graafinen ilme ja koko yrityksen näkyvä osa tuovat nopeasti tunnettavuutta paremmin kuin perinteinen aloittavan yrittäjän word-kopiokone-ilme, jossa nopeasti kehitetään myyviä iskulauseita ja tulostetaan yksinkertaisia ilmoitustauluversioita kauppojen seinille.

EcoDecon markkinoinnin kulmakiviä ovat kotisivut, sivu Facebookissa ja erilaiset käteen jaettavat pienmainokset ja käyntikortit. Jalkautuminen paikkakunnan tapahtumiin tuo uskottavuutta yritykselle ja antaa takuun yrittäjän vakaasta aikomuksesta toimia alalla pitempäänkin. Medioihin voi myös laatia mediatiedotteita, varsinkin luodessaan jotain uutta palvelua paikkakunnalle. EcoDecokin sai hyvän mediatiedotteen myötä näkyvyyttä paikkakunnan lehdissä ja alueradiossa.

3.5 Tapahtumat ja tilaisuudet

Yritykset esittelevät tuotteitaan ja osaamistaan erilaisissa tilaisuuksissa. Suurimmat ovat eri alojen messut ympäri Suomea. Lisäksi yritykset voivat esittäytyä erilaisissa luentotilaisuuksissa ja teemailloissa sekä pienemmissä esittelytilaisuuksissa omalla paikkakunnalla.

Missä tilaisuuksissa EcoDeco sitten pyrkii tuomaan osaamistaan esille? Suuret messut ovat jo osallistumiskustannuksiltaan suuret, joten keskittyminen oman alueen pienempiin tapahtumiin tulee olemaan pääasia. Verkostoituminen eri alojen yrittäjien kanssa ja esiintyminen yhteisissä tapahtumissa voi tuoda uudenlaisia työtilaisuuksia.

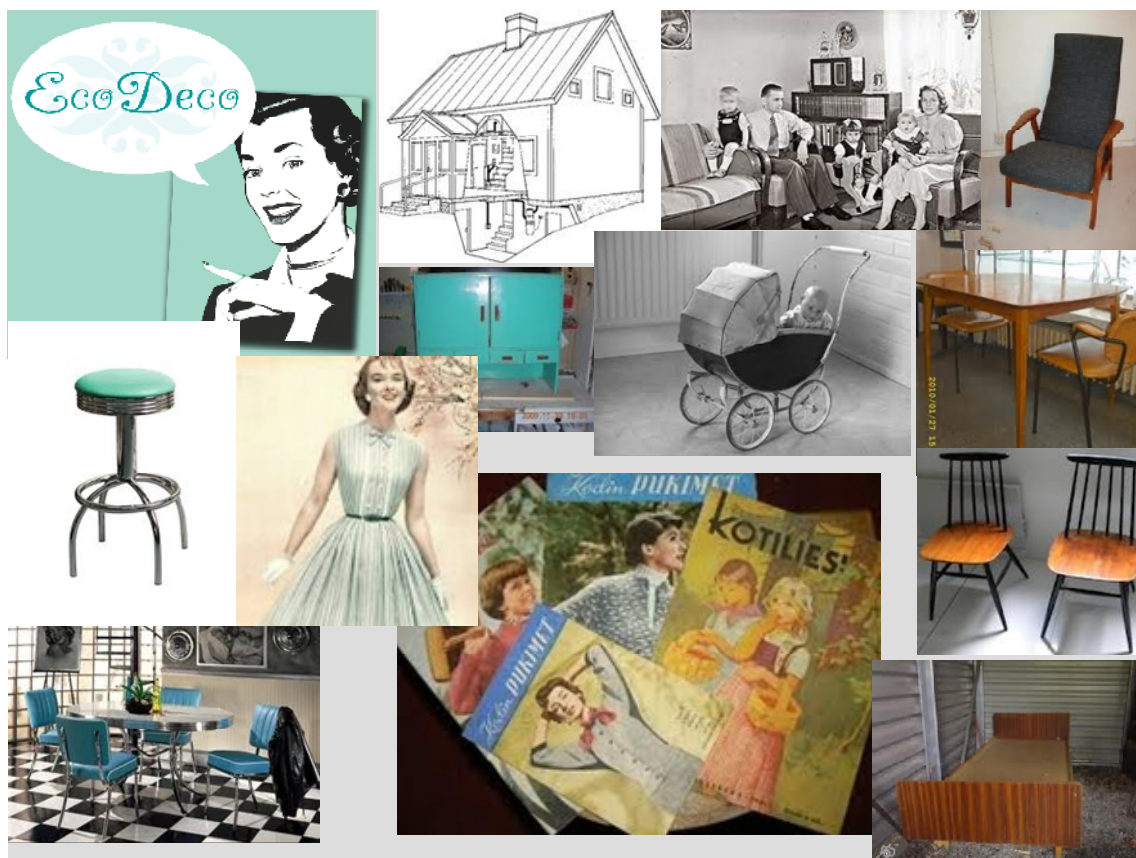
Kouvolan alueen tilaisuudet tulevat olemaan EcoDecon ensisijainen näyttätymiskohde. On erilaisia teemailtoja ja luentotilaisuuksia, joiden yhteydessä voi saada tilaisuuden tuoda yritystään esille. Kauppakeskusten aulatilat ovat erinomainen paikka tavoittaa juuri kotitalouksille ja pienyrityksille kohdennetun palvelun tulevia mahdollisia asiakkaita. Useampi promootiotapahtuma pienen ajan sisällä on tehokkaampi tapa kuin yksi iso esittäytyminen kerran vuodessa.

4 SUUNNITTELU

Suunnittelun lähtökohtana oli eri moduuleista koostuva esittelykokonaisuus, johon kuuluvia osasia voi yhdistää eri tavoin. Muuntuva, mutta yhtenäinen ja tunnistettava ilme, oli myös tärkeänä tavoitteena. Varsinaisia seinärakenteita tai raskaita elementtejä ei haluttu kokonaisuuteen ottaa mukaan, sillä tarkoitus on saada kokonaisuus kuljetettua, koottua ja purettua yhden henkilön voimin.

4.1 Ideointi ja moodboardit

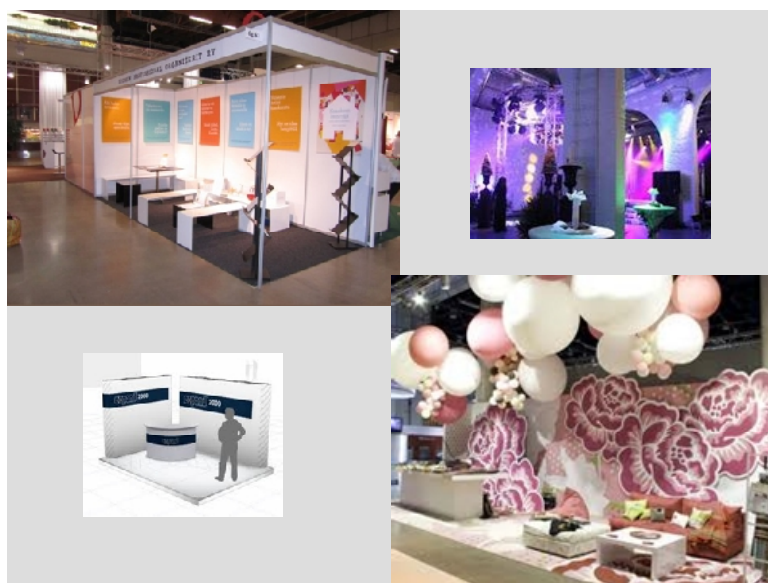
Ideoinnin aluksi lähdin miettimään EcoDecon jo olemassa olevaa graafista ilmettä, yritysideoologiaa ja mitä haluan tuoda esille yrityksestä. Hain moodboardiin erilaisia muotoja ja elementtejä, joita haluaisin tuoda esille. Omaan kasvatus- ja kokemuspiiriin liittyy läheisesti viisikymmentäluku, sillä omat vanhempani ovat sen ajan kasvatteja. Asuin kaksikymmentä ensimmäistä elinvuottani rintamamiestalossa maalla suurperheessä. EcoDecon juuret ovat siis vuosikymmenten takana ja sen haluaisin jollain muotoa näkyvän esittelykokonaisuudessa.



Kuva 6. Moodboard Ecodeco ja 50-luku

(Tuija Pigg 2011)

Lisäksi tutkin kuvien avulla erilaisia valmiita esittelyosastoratkaisuja ja tein niistäkin moodboardin suunnittelun tueksi. Toisaalta minua viehättää yksinkertaisuus ja selkeys, joka toisi esiin EcoDecon ideologiaa järjestyksen ylläpitäjänä, mutta toisaalta viehättää myös hullutteleva ja humoristinen sekä esteettisesti haastava ote



Kuva 7. Erilaisia messuosastoja.

(Tuija Pigg 2011)

Stailistina kokoan suunnitelmani osasista esittelyplanssille ilman varsinaisia pohjapiirroksia, sillä en tee suunnitelmaa juuri tietynkokoiseen kohteeseen. Tarkoituksena on saada kaksi toisistaan poikkeavaa esitystä, joiden kummankin osasia voi kuitenkin yhdistää keskenään.

4.2 Suunnitteluprosessi

Opinnäytetyön idea lähti liikkeelle pohdinnasta miten EcoDecolle saisi näkyvyyttä erilaisissa tapahtumissa, joihin tulisin yritystoiminnan ohessa osallistumaan tulevaisuudessa. Halusin koota valmiiksi mietityn kokonaisuuden, joka olisi nopeasti muunneltava ja helposti kuljetettava.

Ensimmäiseksi aloin miettimään, tulisiko minun suunnitella kalusteet itse. Piirsin klaffipöytiä ja muita vastaavia kokoon taittavia kalusteita kunnes huomasin, että valmiinakin saattaisi löytyä vastaavia ratkaisuja. Tutkiessani asiaa, löysinkin erilaisia tuotteita pahvikalusteista matkalaukkuun kasattaviin messupöytiin. Ekologian kannalta aloin pohtimaan, löytyykö kalusteita käytettynä ja kuinka kestäviä ne loppujen lopuksi ovat.

Pahvikalusteet ovat kierrätettäviä, pieneen tilaan meneviä ja kevyitä kantaa. Pahvikalusteen pinta ei kuitenkaan ole kovin kestävä ja jokainen naarmu ja kolhu näkyvät helposti. Pahvikaluste olisi siis melko ekologinen muttei kovinkaan ajallisesti kestävä, eikä kalusteen pintaan painettua printtiä pysty muuttamaan. Olen aikaisemmissa työtehtävissäni kirjapainossa ollut tekemisissä kyseisten kalusteiden kanssa ja en ole oikein tyytyväinen niiden käytettävyyteen. Jos kalusteen stanssaukset ovat menneet hiemankin vinoon, seisoo koko kaluste vinossa.

Tämän jälkeen siirryin tutkimaan erilaisia messukalustevaihtoehtoja. Tarjonta oli hyvin samankaltainen monissa kalusteita myyvissä yrityksissä; erilaiset roll upit, mainosseinämät ja messutiskit toistuvat kaikkien tuoteluetteloissa. Roll up on nopeasti koottava ja hyvin näkyvyyttä saava tuote, joka menee kasattaessa pieneen tilaan. Tekstiilipainatuksen voi vaihtaa mekanismiin, jolla on takuu, joten roll up on kestävä valinta. Messutiskeihin saa myös vaihdettavan painatuksen, ja tiski menee pieneen tilaan kantolaukkuunsa. Käytettynä en näitä tuotteita löytänyt, vaikka olenkin varma, että monen yrityksen varastoissa varmasti löytyy vanhaa messurekvisiittia, jonka voisi uusiokäyttää.

EcoDeco toimii pääasiassa kodeissa, joten päädyin miettimään ihan tavallisia kodin kalusteita esittelyosastolle. Miten saisi mahdollisimman vähin kustannuksin harmonisen ja houkuttelevan kodinomaisen tunnelman? Lähdin miettimään omia kalusteitani ja lähipiiriin 50-luvun teemaan sopivia kalusteita ja niistä aloin kokoamaan sopivaa kokonaisuutta.

4.3 Eri kokonaisuudet ja niiden muunneltavuus

Ensimmäinen kokonaisuus suunniteltiin käytettäväksi isoissa tapahtumissa. Välttämättä ei ole varmaa, onko esimerkiksi messujen esittelytilassa ympärillä seinätilaa ollenkaan. Planssiin laitoin kuitenkin kaksiseinäisen tilan saadakseni kuvaan hieman kolmiulotteisuutta. Halusin ilmeen olevan yksinkertaisen näyttävä ja erottuva. Kuvitteellisen tilan lattiaa kattaa EcoDecon tunnusvärinen messumatto tai muu vastaava. Yhdelle seinälle on pingotettu EcoDeco-valokuvakangas ja lisäksi tilaan tuodaan yksi valaistu roll-up, messutiski ja toiselle seinälle näyttö, joka pyörittää esitystä EcoDecon projekteista. Lisäksi kokonaisuuteen kuuluu kaksi baarijakkaraa.



Kuva

8. Kokonaisuus 1

(Tuija Pigg 2011)

Varsinaista pohjapiirrosta tilasta ja siitä miten kalusteet siihen sijoitetaan en ole tehnyt. Kalusteita on vähän ja niiden sijoittelu onnistuu nopeasti vaikka vasta paikan päällä. Yhdenmukainen väritys ja osaston selkeys tuo näkyvyyttä. Tämän kokonaisuuden osat menevät hyvin pieneen tilaan; messutiski matkalaukkuun, roll up-teline pieneen laukkuun, matto rullalle ja kangas seinältä kassiin. Kuljetusta ajatellen isoimman tilan vievät jakkarat.

Toinen kokonaisuus on suunniteltu pop up-tyyppiseen näyttäytymiseen esimerkiksi kauppakeskusten auloissa, luentotilaisuuksien ohessa ja muissa muutaman tunnin esittelytilaisuuksissa. Tila on yksinkertainen ja paikalla ei välttämättä ole edes seinätilaa käytettävänä. Esittelykokonaisuus koostuu vanhasta puusemistä, johon on liimattu kuvia EcoDeco-projekteista tai EcoDeco-mainoksia. Lisäksi on vanha pöytä esitteille ja portfoliolle, joka on koottu projektikuvista A3-kokoiseen pahviseen esittelykansi-oon. Tilaan tuodaan myös kaksi vanhaa tuolia mahdollisten asiakasneuvottelujen varalta. Kaikki nämä kokonaisuuden osat löytyvät jo joko itseltä tai ovat kierrätystuotteita.



Kuva 9. Kokonaisuus 2

(Tuija Pigg 2011)

Tämä kokonaisuus henkii vanhan ajan harmoniaa ja kotoisuutta. Kokonaisuudesta ei heti käy ilmi minkä alan yritys on kyseessä vaan se vaatii lähestymistä ja keskittymistä kokonaisuuden tutkimiseen ennen kuin viesti menee perille. Isommissa tapahtumissa tällainen kokonaisuus hukkuisi massaan, mutta pienemmissä tapahtumissa se sen sijaan voi aikaansaada elämyksellisen kokemuksen. Kuljetusta ajatellen tämä kokonaisuus vie isomman tilan kuin ensimmäinen kokonaisuus ja se on työläämpi kantaa. Sen sijaan tässä kokonaisuudessa on vähemmän koottavaa ja työstettävää; tämä kokonaisuus vain kannetaan paikan päälle, sijoitetaan kalusteet paikalle ja esittely voi alkaa.

Kahden erilaisen kokonaisuuksien osasia voi sekoittaa keskenään ja saada aina uuden näköistä ilmettä, vaikka osaset olisivat olleet käytössä pitkäänkin. Joka tilaisuuteen ei tarvitse miettiä uusia kalustuksia vaan helposti muuntautuvien esittelyosasten avulla saadaan uutuusarvoa esittelyyn. Yhdistämällä uutta ja vanhaa saadaan enemmän kosketuspintaa eri-ikäisiin ihmisiin kuin vain keskittymällä joko huippumoderniin tai täysin antiikkiseen ilmeeseen.

Osien yhdistelmiä voi tehdä lukemattomia aina tilaisuuden luonteen mukaan, mutta laitoin tähän työhöni kaksi erilaista variaatiota esimerkiksi. Ensimmäinen variaatio koostuu puusermistä, messutiskistä, kahdesta tuolista ja esittelykansiosta. Tällainen kokoonpano on helppo kuljettaa vaikkapa ihan pieniin, parin tunnin tilaisuuksiin.



Kuva 10. Variaatio 1

(Tuija Pigg 2011)

Esittelykansion avulla pääsee kontaktiin ihmisten kanssa. Sitä selailtaessa voi kertoa eri projekteista syvemmin ja kysellä mahdollisen tulevan asiakkaan mielipiteitä alasta ja hänen omista tarpeistaan palvelun osalta. Sermiin voi laittaa kuvia molemmille puolille ja sijoittaa se niin, että sitä pystyy helposti katselemaan monesta suunnasta.

Variaatioon kaksi sijoitin näytön, vanhan pöydän ja kaksi roll up-telinettä. Tällaisen kokonaisuuden kanssa lähtisin vaikkapa ruuhkaisena lauantaina Kouvolan Prisman aulaan, jossa liikkuu massoittain ihmisiä. Roll up-telineiden avulla kiinnittäisin ihmisten huomion ja lähemmäs tulleessaan he voisivat seurata projektiesittelyä näytöltä tai ottaa ohi mennessään pöydältä EcoDeco-esitteitä.



Kuva 11. Variaatio 2

(Tuija Pigg 2011)

Eri kokonaisuuksien osalta on siis ensiarvoisen tärkeää miettiä, millainen on tilaisuuden luonne, ajankohta ja käytettävissä oleva aika. Turhan suurien kokonaisuuksien raahaaminen pieniin tilaisuuksiin vie vain turhaan aikaa ja voimavaroja itse työltä, joka on markkinointi ja asiakashankinta.

4.4 Tuotteiden ekologisuus- ja hintavertailu

Päädyttyäni kahteen erilaiseen esittelykokoonpanoon halusin vielä vertailla niitä toisiinsa ekologisuuden ja kokonaisuuksien hinnan osalta. Olen koostanut tuotteista listaukset ja merkinnyt niihin, mitä on jo olemassa ja mitä tulisi vielä hankkia (liite 2, liite 3). Hinnat ovat ilman arvonlisäveroa.

Ensimmäinen kokonaisuus koostuu kokonaan uusina hankittavista tuotteista ja niihin liitettävistä painatuksista. Tuotteet ovat kuitenkin laadukkaita, kestäviä, pitkäikäisiä ja monikäyttöisiä, johon perustan väitteeni niiden ekologisuudesta. Sekä roll-up-telineeseen että messutiskiinkin on mahdollista vaihtaa printit ja niiden kustannus on huomattavasti pienempi kuin hankkia kokonaan uusi vastaavanlainen kokonaisuus. Molempien mekanismeissa on kahden vuoden takuu. Oikein käytettynä ja säilytettynä tällaisilla ratkaisuilla on monen vuoden käyttöikä.

Toinen kokonaisuus koostuu lähes kokonaan olemassa olevista kalusteista, joka tukee EcoDecon yritysideologiaa. Käytettyjen kalusteiden kohdalla tulee kuitenkin miettiä kuljetuksen osalta niiden kestävyys ja suojaus. Ensimmäisen kokonaisuuden valmiita pakkausratkaisuja kun ei näissä vanhoissa kalusteissa ole. Tulee miettiä esimerkiksi suojahappujen ja muiden sellaisten tekemistä ainakin lainakalusteille.

Kumpi kokonaisuuksista sitten on ekologisempi? Jos ekologiaa ajattelee siltä kannalta, että mitä vähemmän ostetaan uutta, sitä parempi, niin siltä pohjalta ratkaisu on helppo. Kierrätyskalusteista koostuva kokonaisuus tukee tätä ajatusta lähes täydellisesti. Ei kuitenkaan ole syytä unohtaa sitä tosiasiaa, että toisinaan on vain pakko hankkia jotakin uuttakin, joten sillä perusteella ensimmäisestäkin kokonaisuudesta löytää monia hyviä ekologia näkökulmia: monikäyttöisyys, pitkäikäisyys ja uudistettavuus. Kompromissina voisin todeta, että sopivalla yhdistelmällä molempia kokonaisuuksia saadaan kaikista ekologisista ja käyttökelpoisista versio.

Hinnaltaan kokonaisuudet eroavat aika radikaalisti toisistaan. Kokonaisuus yhden hinnaksi tulee 649,90 euroa (vuokratuilla jakkaroilla 286,90 euroa), kun taas kokonaisuus kahden hinta on 115,00 euroa. Pienyrittäjälle monen sadan euron hintaero on todella suuri. Mietittäessä kuitenkin esimerkiksi lehtimainonnan hintoja, ei ensimmäisenkään kokonaisuuden hinta yllä kuin yhden, ei kovin ison, lehtimainoksen hinnan tasolle. Tästä voisin esimerkkinä mainita Kouvolan Sanomien ilmoitushinnan 92 x

125 millimetrin ilmoitukselle sisäsivuilla, joka on 552,50 euroa (Kouvolan Sanomat, 2011). Jos arvioidaan kokonaisuuksia pelkästään hinnan perusteella, on valinta silloin automaattisesti kierrätyskokonaisuus.

Ekologisuus- ja hintavertailun perusteella voi todeta, että kokonaisuus kaksi on parempi näitä kriteerejä käytettäessä. Eli aluksi oman paikkakunnan pienemmissä tapahtumissa selvittää suhteellisen pienellä panostuksella esille tulemiseen. Lisäkuluja aiheutuu mahdollisista tapahtumien osallistumiskuluista, matkakuluista ja esitteiden painatuskuluista. Siinä vaiheessa, kun osallistuminen suurempaan tapahtumaan tulee ajankohtaiseksi, on varmasti hyvä miettiä riittääkö budjetti kokonaisuus yhden kaltaiseen investointiin.

5 OMA ARVIOINTI

Tulevana yrittäjänä tulen tarvitsemaan monialaista osaamista. Opinnäytetyöni tekeminen on antanut minulle arvokasta tietoa muun muassa markkinoinnin alueelta. Valmiiksi mietityt esittelykokonaisuudet helpottavat osallistumista tuleviin esittelytapahtumiin. Tuotteiden vertailu ja eri ratkaisuihin tutustuminen antaa pohjaa mahdollisten vastaavien asiakastöinä tehtävien vastaavien projektien suhteen.

Itse opinnäytetyötä kirjoittaessani olisin varmasti voinut löytää monipuolisempia lähteitä ja syventää joitakin kohtia enemmän. Ekologisuus kuuluu vahvasti jokaisen ihmisen elämään, joten sen perusteisiin en katsonut olevan syytä syventyä. Ehkä karsin liikaakin tekstisisältöä sillä työ ei ole kovinkaan pitkä.

Prosessina opinnäytetyö muuttui sitä tehdessäni jonkin verran, mutta alkuajatus eri moduulien sopimisesta keskenään monin eri tavoin näkyy selkeästi lopputuloksesta ja siihen olen erittäin tyytyväinen. Esityskuvien informatiivisuus ja visuaalisuus olisi vaatinut enemmän eri tietokoneohjelmien käyttötaitoa. Minusta stailistin ei tarvitsekaan osata tehdä hienoja suunnitteluplansseja, vaan tehdä nopeita ratkaisuja ja päätöksiä paikan päällä.

Tätä työtä tehdessäni olen muistuttanut itselleni, että asiat voi tehdä niin monella tavalla, kuin on tekijöitäkin. Aikuisopiskelijana minulla on pitkä työhistoria muilta aloilta ja elämäkokemusta muutenkin. Siitä kertynyt hiljainen tieto näkyy toivottavasti opinnäytteeni taustalla. Tästä on hyvä jatkaa luovan alan yrittäjänä kohta ansiokasta asiakashankintaa ja menestyksekkäitä esittelytilaisuuksia.

LÄHTEET

Painetut lähteet:

Arola, Esa 2006: Opinnäytetyö, Messuosasto. Lahden ammattikorkeakoulu.

Kurkinen, Essi 2011: Sisusta vastuullisemmin. Avotakka 8/2011. Helsinki: A-lehdet.

Lindeval, Annamaria 2008: Opinnäytetyö, Messuosasto markkinointiviestinnän väli-
neenä. Lahden ammattikorkeakoulu.

Nieminen, Tuula 2004: Visuaalinen markkinointi. Helsinki: WSOY.

Parantainen, Jari 2008: Sissimarkkinointi. Helsinki: Talentum Media Oy.

Pohjola, Juha 2003: Ilme. Visuaalisen identiteetin johtaminen. Helsinki: Gummerus.

Taipale, Jari 2007: Brändi liiketoiminnan ytimessä – erotu tai unohda koko homma.
Helsinki: Otava.

Painamattomat lähteet:

Ekologinen sisustaminen. Uusi musta.

Saatavissa: [www.uusimusta.squarespace.com/etusivu/2010/4/21/yleison-pyynnosta-
ekologinen-sisustaminen.html](http://www.uusimusta.squarespace.com/etusivu/2010/4/21/yleison-pyynnosta-ekologinen-sisustaminen.html) [viitattu: 31.08.2011]

Ilmoitushinnat, Kouvolan Sanomat

Saatavissa: www.kouvolansanomat.fi/tiedostot/yRl8pr06.pdf [viitattu: 01.11.2011]

Krook, Pekka 2011: Diges ry:n luento Luovuutta jalostamaan Kouvola [04.02.2011]

Luoma Anne. Professional organizer.

Saatavissa: www.anneluoma.nl [viitattu: 02.09.2011]

Palvelut. Ordinare.

Saatavissa: www.ordine.fi/palvelut.aspx [viitattu: 05.09.2011]

Pigg Tuija.Ecodeco Tmi Tuija Pigg.

Saatavissa: www.ecodeco.fi [viitattu: 01.082011]

Puukko, Raija.Ekosisustus.

Saatavissa: www.raijapuukko.info [viitattu: 05.09.2011]

Orientoivat lähteet:

Hakala, Juha T. 2004: Opinnäyteopas ammattikorkeakouluille. Helsinki: Oy Yliopistokustannus.

Hirsjärvi Sirkka, Remes Pirkko, Sajavaara Paula 1997: Tutki ja kirjoita. Helsinki: Gummerus.

Kajanto Anneli, Toom Auli, Onnismaa Jussi 2008: Hiljainen tieto. Helsinki: Gummerus.

Koskela Lasse, Koskinen Jari, Lankinen Pasi 2007:Viestintä verkostoissa ja innovaatioissa. Helsinki:WSOY.

Kuvaja, Sari, Malmelin Karoliina 2008: Vastuullinen yritysviestintä. Kilpailuetua vuoropuhelusta. Helsinki: Edita Prima Oy.

Luukkonen, Jussi 2010: Katso.Näe.Kuvittele. Visuaalisia avaimia bisnesluovuuteen. Helsinki: Infor Oy.

Mäkelä-Marttinen Leena (toim.)2009: Luova työ tutkimuksen kohteena. Avauksia design-alojen metodologiaan. Kouvola: Kymenlaakson ammattikorkeakoulu.

Vihma, Susann (toim.) 2009: Suomalainen muotoilu. Kohti kestäviä valintoja. Helsinki: WSOY.

KUVALUETTELO

Kuva 1: Käsitekartta. Tuija Pigg 2011

Kuva 2: Viitekehys. Tuija Pigg 2011

Kuva 3: Poikamiesasunto ennen ja jälkeen stailauksen. Tuija Pigg 2011

Kuva 4: Kyamkin varasto ennen ja jälkeen järjestelyn. Tuija Pigg 2011

Kuva 5: EcoDecon graafinen ilme. Maria Mattila/Funky Print 2010

Kuva 6: Moodboard EcoDeco ja 50-luku. Tuija Pigg 2011

Kuva 7: Moodboard erilaisia messuosastoja. Tuija Pigg 2011

Kuva 8: Kokonaisuus 1 Tuija Pigg 2011

Kuva 9: Kokonaisuus 2 Tuija Pigg 2011

Kuva 10: Variaatio 1. Tuija Pigg 2011

Kuva 11: Variaatio 2. Tuija Pigg 2011

LIITE 1 Aikaisemmat opinnäytetyöt aiheesta messuosasto:

[Messuosasto](#)

Arola, Esa (Lahden ammattikorkeakoulu, 2006)

[Messuosasto markkinointiviestinnän välineenä](#)

Lindevall, Annemari (Lahden ammattikorkeakoulu, 2008)

[Messuosastokonsepti Orient-Occidentille](#)

Muur, Liivika (Kymenlaakson ammattikorkeakoulu, 2011)

[Messuosaston järjestäminen : ohjeita tutkimus- ja kehittämishankkeille](#)

Tammelinen, Heli (Jyväskylän ammattikorkeakoulu, 2009)

[Messuosaston järjestäminen työikäisille sydänpotilaille suun terveydenedistämisen näkökulmasta : interventiolähtöinen toimintamalli](#)

Lehterä, Jonna; Palsanen, Tanja; Sylman, Merit (Metropolia Ammattikorkeakoulu, 2010)

[Messuosaston suunnittelu ja toteutus Tapiola-ryhmälle](#)

Haapaniemi, Essi (Satakunnan ammattikorkeakoulu, 2007)

[Messuosaston visuaalinen ilme](#)

Liikka, Maiju (Kymenlaakson ammattikorkeakoulu, 2011)

[Messusuunnittelu ja markkinointimateriaalin sisällön toteutus Kajaanin ammattikorkeakoulun kivi- ja kaivannaisosaamisen laboratoriolle](#)

Svahn, Mari (Kajaanin ammattikorkeakoulu, 2010)

[Messut osana yrityksen markkinointiviestintää : Case: Jyväskylän seudun kehittämissyhtiö Jykes Oy:n järjestämä yhteisosasto InterstroyExpo 2009 -rakennusmessuilla Pietarissa](#)

Lämsä, Veera (Kymenlaakson ammattikorkeakoulu, 2009)

[Messut osanan yrityksen markkinointiviestintää : case: Gift Gourmet](#)

Hailio, Beda (Laurea-ammattikorkeakoulu)

LIITE 2 Kokonaisuus 1: kalusteet ja hinnat

1. Roll up-teline 1-2 kpl: hinta painatuksineen kpl: 69,00 €

www.mainostelineet.eu/fi/tuotteet/rol-lup-telineet/easy-roll-up-80cm/

2. Kuvakangas 1 kpl: koko 100 x 135 cm 59,90 €

www.eirikuva.fi/kodintekstiilit/lakanat.html

3. Messutiski 1 kpl: hinta painatuksineen 138,00 €

www.mainostelineet.eu/tuotteet/messupoydat/quick-desk-messupoyta

4. Matto 1 kpl (tämä hankitaan vasta tarvittaessa, ei oteta hinta-arvioon mukaan, sillä toisessakaan kokonaisuudessa ei ole mattoa.)

5. Baarijakkarat 2 kpl: 383,00 €

www.retrokauppa.fi/index.php?main_page=index&cPath=8_9_27

Baarijakkarat vuokrattavissa: 10,00 €/kpl (www.intercom.fi)

6. Näyttö löytyy itseltä.

Kokonaisuuden hinta yhteensä: 649,90 €, jos baarijakkarat vuokrataan hinta: 286,90 €

LIITE 3 Kokonaisuus 2: kalusteet ja hinnat

1. Pöytä: 95,00 € www.huuto.net
2. Kaksi tuolia : löytyvät sukulaiselta lainaksi tarvittaessa, 0 €
3. Puinen sermi: löytyy omasta varastosta, 0 €
4. Lamppu/lamppuja: löytyy varastosta, 0 €
5. Portfoliokansio: tekeillä, kansion hinta 20,00 €

Kokonaisuuden hinta yhteensä: 115,00 €