

KYMENLAAKSON AMMATTIKORKEAKOULU

Muotoilun koulutusohjelma / Designer-stylisti

Enni Frimodig

MOVIELIKE –MUOTINÄYTÖS MUODIN YÖSSÄ

Opinnäytetyö 2012

TIIVISTELMÄ

KYMENLAAKSON AMMATTIKORKEAKOULU

Muotoilun koulutusohjelma

FRIMODIG, ENNI	Movielike–muotinäytös Muodin Yössä
Opinnäytetyö	47 sivua + 2 liitesivua
Työn ohjaaja	Ahola Esko, lehtori
Toimeksiantaja	Amarillo, Kouvola
Avainsanat	Muotinäytös, muotinäytöksen järjestäminen, muoti, suunnittelu, markkinointi, stailaus

Opinnäytetyön aiheena on suunnitella ja toteuttaa elokuva-aiheinen muotinäytös Kouvolan Ravintola Amarillossa Muodin Yönä 20.4.2012. Näytöksiä järjestetään illan aikana kaksi: kutsuvierasnäytös ja kaikille avoin näytös.

Työn tavoitteena on saada näkyvyyttä näytöksen yhteistyökumppaneille ja osoittaa, että muotinäytös on mahdollista toteuttaa onnistuneesti yökerhon tarjoamissa puitteissa talkootyöllä ja sponsoreiden avustuksella. Työllä halutaan myös näyttää, että asiallinen ja ammattimainen muotinäytös voidaan järjestää myös hauskaasti, eläväisesti ja huumorilla höystettynä.

Opinnäytetyössä käytetään tutkimusmenetelmänä kvalitatiivista tutkimustapaa ja työprosessin analysointia. Havainnointien, omien kokemusten, valintojen perusteluiden, kuva-analyysien sekä projektisuunnittelun ja –hallinnan avulla ratkaistaan ongelmat ja luodaan teoreettinen pohja suunnitteluun ja toteutuvalle muotinäytökselle.

Tässä raportissa käyn läpi opinnäytetyönä järjestettävän Movielike -muotinäytöksen työvaiheet suunnittelusta toteuttamiseen.

ABSTRACT

KYMENLAAKSON AMMATTIKORKEAKOULU

University of Applied Sciences

Design

FRIMODIG, ENNI

Bachelor's Thesis

Supervisor

Commissioned by

April 2012

Keywords

Movielike –fashion show at Muodin Yö

47 pages + 2 pages of appendices

Ahola Esko, Senior lecturer

Amarillo, Kouvola

Fashion show, arranging a fashion show, fashion,
planning, marketing, styling

The subject of this thesis is to plan and provide a movie-themed fashion show in a nightclub in Kouvola on 20th April. Two shows will be held during the evening of “Muodin Yö” (fashion night): one for invited guests and one open to all.

The aim of this thesis is to get coverage for the partners and to show that it is possible to arrange a successful fashion show in the settings of a nightclub. The project is also intended to show that a professional fashion show can also be a fun, lively, and humorous experience.

A qualitative research method and analysis of the work process are used as the methods to carry out the research. These methods create the theoretical basis for planning and providing an incredible and successful fashion show.

The result of the thesis is a well-planned fashion show which includes the whole scheme of the show, from beginning to end.

SISÄLLYS

1	JOHDANTO	5
2	TUTKIMUSMETODIT JA AIKAISEMMAT TUTKIMUKSET	6
	2.1 Käsitekartta	7
	2.2 Viitekehys	9
	2.3 Tutkimuskysymykset	10
	2.4 Tutkimusmenetit	10
	2.5 Aiemmat tutkimukset	15
3	NÄYTÖKSEN LÄHTÖKOHDAT JA TAVOITTEET	15
	3.1 Miksi muotinäytös?	15
	3.2 Tavoitteet, hyödyt ja kohderyhmä	16
4	YHTEISTYÖKUMPPANIT JA MARKKINOINTI	17
	4.1 Sponsorointi ja budjetti	18
	4.2 Markkinointi ja mainonta	19
5	NÄYTÖKSEN SUUNNITTELU	20
	5.1 Näytöksen teema ja nimi	20
	5.2 Asut, hiukset ja meikit	21
	5.3 Sisääntulot ja musiikki	23
6	NÄYTÖKSEN AIKATAULU, KULKU JA LOPETUS	37
	6.1 Kutsuvierasnäytös ja yönäytös	38
	6.2 Vaatteiden ja asusteiden huolto ja palautus	40
7	OMA ARVIOINTI	41
	LÄHDELUETTELO	43
	KUVALUETTELO	
	LIITTEET	

Liite 1. Mainosjuliste.

Liite 2. Kutsu kutsuvierasnäytökseen.

1 JOHDANTO

Suunnittelen ja toteutan opinnäytetyönäni muotinäytöksen Kouvolan Amarillossa Muodin Yönä 20.4.2012. Työhöni kuuluu näytöksen sisällön suunnittelu, markkinointisuunnittelu, teeman ja musiikkien valinta, mallien ja muiden yhteistyökumppaneiden hankinta, vaatteiden ja asusteiden valinta, stailaus, kampausten suunnittelu, meikkien tekeminen ja koreografian suunnittelua. Opinnäytetyöni rakentuu kahdesta samanlaisesta näytöksestä, joista toinen on kutsuvierasnäytös ennen yökerhon avaamista muille asiakkaille.

Opinnäytetyöni pääyhteistyökumppani on Kouvolan Amarillo, joka vuosittain järjestää Muodin Yön yhteydessä muotinäytöksen yökerhonsa puolella puolen yön jälkeen. Aiemmat näytökset ovat olleet yksinkertaisia, eikä niillä ole ollut teemaa tai edes nimeä. Musiikiksi on valittu listahitit ja vaatteiksi erilaisia farkkuja ja peruspaitoja, joita esitellään tanssikoreografien avulla. Yleisöä on kuitenkin riittänyt jokaisena vuotena, mutta tänä keväänä sekä minä että Amarillo, haluamme tarjota asiakkaille jotain uutta ja erilaista.

Muodin Yö on Kouvolan Ydinkeskusta Ry:n järjestämä tapahtuma, joka toteutetaan kaksi kertaa vuodessa, keväällä ja syksyllä. Tänä keväänä se järjestetään 18. kerran ja mukana tulee olemaan kymmeniä muoti- ja vaatetusalan yrityksiä sekä ravintoloita ja kahviloita. Muodin Yön aikana liikkeet ovat avoinna klo 18–23 ja illan aikana pääsee seuraamaan erilaisia muotiin liittyviä tapahtumia ja näytöksiä.

Työni tavoitteena on luoda onnistunut, elämyksellinen ja viihdyttävä näytös, jonka avulla saadaan mahdollisimman paljon yleisöä paikalle. Tavoitteena on myös saada Amarilloon ostavaa asiakaskuntaa sekä näkyvyyttä kaikille näytöksessä mukana olville; Sponsoreille, Kouvolan Sokokselle, Go Go Girlseille, Lehtomäen hius- ja kauneuspisteelle, Pilailupuoti Pilikselle, DJ Ticolle sekä myös minulle näytöksen suunnittelijana ja toteuttajana. Tavoitteiden onnistumisen kannalta on hyvin tärkeää panostaa näytöksen mainontaan ja markkinointiin, ja aloittaa se hyvissä ajoin. Mainostaminen sosiaalisen median ja näyttävien julisteiden kautta takaa lähes jokaisen silmäparin huomion.

Työni aihevalinta perustuu kiinnostukseeni ja taitoihini erilaisten tapahtumien ja tilaisuuksien suunnitteluun ja järjestämiseen. Työharjoitteluni kahtena peräkkäisenä vuon-

na puvustusassistenttina TV-ohjelmassa Kuorosota antoi valmiuden ja varmuuden ottaa vastuu vaatteista ja asusteista, suunnitella toimivat asukokonaisuudet ja stailaukset sekä taidon työskennellä kiireessä ammattimaisesti. Myös omat kokemukset vuosien takaa vaate- ja hiusmallina antavat valmiudet näytöksen suunnitteluun.

Jotta kaikki näytöksessä mukana olevat saavat täyden hyödyn, on näytöksen oltava kiinnostava, innoittava ja mukaansatempaava. Teemoina mietin asioita ja ilmiöitä, joissa musiikin tuoma tunnelma on suuressa osassa. Vaihtoehtoisiksi valitsen erilaisten musikaalien yhdistämisen sekä maita ja kaupunkeja, joissa liikutaan: muun muassa Frank Sinatran New York-tunnelmasta Edith Piafin romanttiseen Pariisiin. Vauhdista ja mahtipontisuudesta pitävänä persoonana muotinäytöksen lopullinen teema valkeni minulle hyvinkin pian ja mielikuva näytöksen kulusta oli selkeä: Mikä on aina ajan-kohtaista, aina pinnalla ja kaikkia kiinnostavaa? Herättää tunteita, vie mukaansa ja tuo muistoja? Elokuvat.

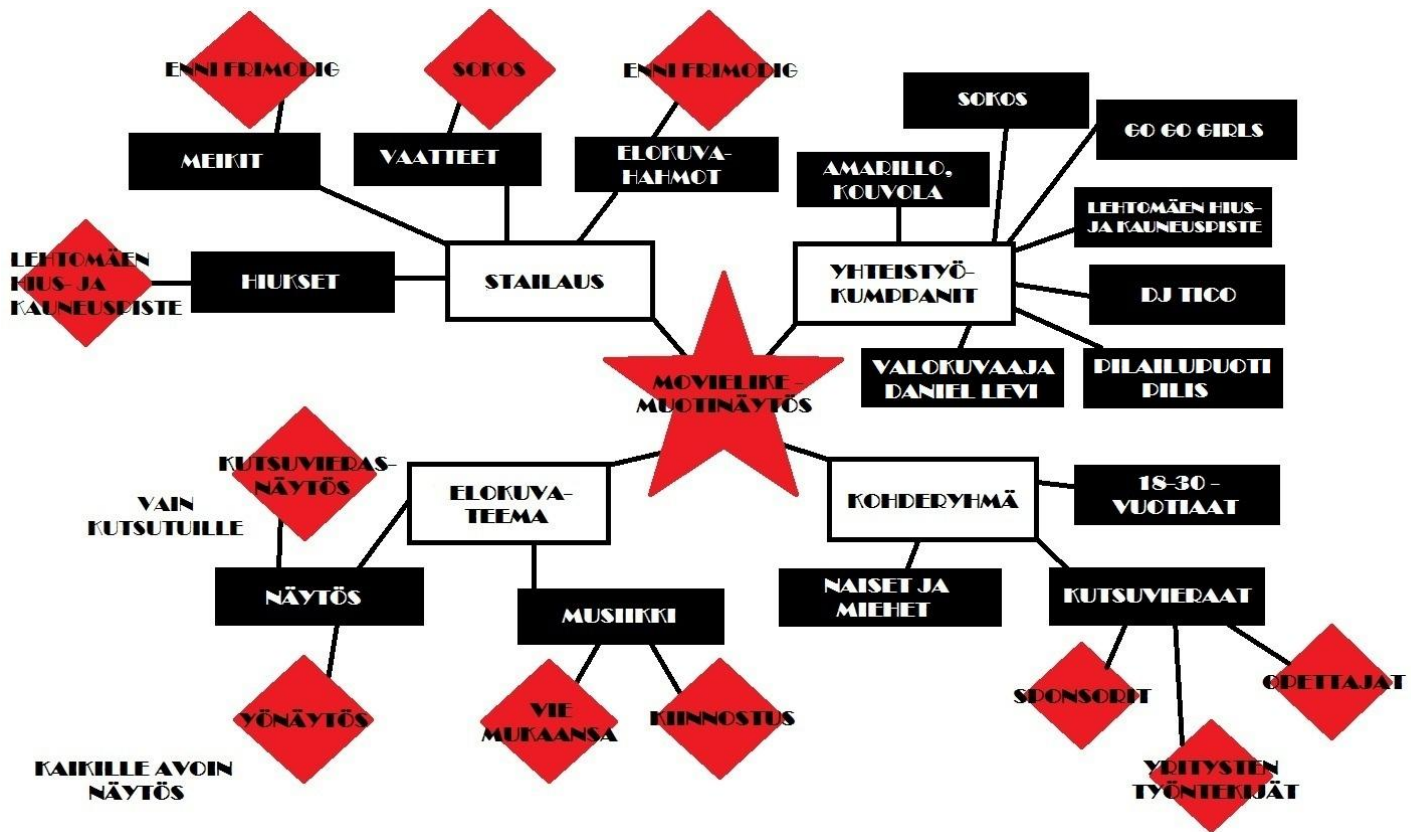
2 TUTKIMUSMETODIT JA AIKAISEMMAT TUTKIMUKSET

Opinnäytetyöni on produktiivinen. Toteutan huhtikuussa näytöksen, jonka onnistuminen vaatii lähes kaiken aikani suunnittelussa, järjestelyissä ja muissa tarvittavissa valmisteluissa.

Tutkimusmetodini ovat pääosin laadullisia, yhtenä tärkeänä menetelmänä toimii havainnointi. Tutkimukseni perustuvat omiin kokemuksiini ja havainnoiteihini sekä erilaisten video- ja kirjamateriaalien tutkimiseen. En kokenut tarpeelliseksi laatia kirjallista kyselyä siitä, mikä tekee muotinäytöksestä kiinnostavan ja mitä asioita tulisi välttää, sillä Lisa-Marie Pyykkönen (2009, 41–51) teetti opinnäytetyötään tehdessään erittäin kattavan kyselyn mielipiteistä muotinäytöksiä kohtaan. Kyselyyn vastasi yhteensä 130 henkilöä, joihin kuului vaatetusalan ammattilaisia, näytössuunnittelijoita, valokuvaajia, malleja ja kuluttajia niin Suomesta kuin ulkomailtakin. Näitä tutkimustuloksia tulen käyttämään perusteina tehdyissä päätöksissäni.

2.1 Käsitekartta

Olen listannut käsitekarttaani (kuva 1) jo suunnitteluvaiheessa huomioitavat asiat. Ja-oin onnistuneen muotinäytöksen tekijät neljään kategoriaan: Asiakas, kohderyhmä, teema ja stailaus. Koen tärkeäksi saada jokaisen osan toimimaan itsenäisenä osana näytöstä, jotta kaikki neljä osaa yhdessä takaavat unohtumattoman kokemuksen.



Kuva 1. Käsitekartta (Frimodig 2012).

Onnistunut muotinäytös vaatii osaavat ja tunnetut yhteistyökumppanit, jotta kaikki osalliset saavat ansaitsemansa hyödyn. Pääyhteistyökumppani Kouvolan Amarillo esiintymispaikkana takaa, ettei näytös jää ilman yleisöä. Sekä Amarillo että Sokos kuuluvat S-ryhmään ja Sokoksen vaatevalikoima kattaa kaiken uima-asuista iltapukuihin. Tarjolla on kymmeniä nuorekkaita ja näyttäviä vaatemerkkejä ja mielestäni uusi Sokos ei ole vielä saanut Kouvolassa ansaitsemaansa huomiota, siksi valitsin Sokoksen.

Aiemmat yhteisproduktiot ja varma osaaminen kallisti minut jälleen kerran tanssiryhmä Go Go Girlsien suuntaan. Heidän kanssaan vuosia yhteistyötä tehneet DJ Tico ja Lehtomäen hius- ja kauneuspiste saivat ammattitaidoillaan huomioni.

Peruukkien tarpeen vuoksi otin yhteyttä Kuusankoskella sijaitsevaan Pilailupuoti Pilikseen, joka mainontaa ja pientä rahallista korvausta vastaan auttaa näytöksessä tarpeiden mukaan.

Näytöksen valokuvauksesta vastaa tamperelainen valokuvaaja Daniel Levi, jonka toimintaperiaatteena on lähteä innovatiivisesti toteuttamaan projektia kuin projektia. Olen tehnyt Danielin kanssa yhteistyötä vuodesta 2010 lähtien pienimuotoisista mallikuvauksista kalenterikuvauksiin.

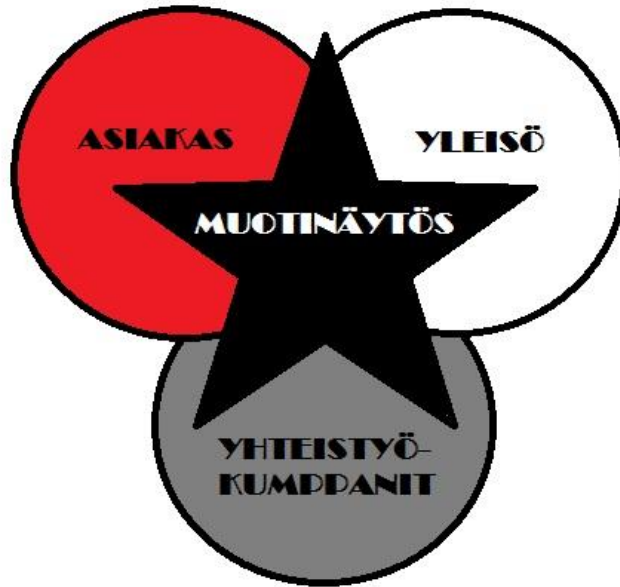
Näytöksen kohderyhmänä on 18–30-vuotiaat miehet ja naiset, jotka tulevat viettämään perjantai-iltaa kaupungin suosituimpaan yökerhoon. Muodin Yön muotinäytös tai ei, asiakkaita riittää ja haluan tarjota elämyksen myös niille, jotka ovat saapuneet paikalle näytöksestä tietämättöminä. Muodin Yön toinen tärkeä kohderyhmä on ennen yönäytöstä pidettävän kutsuvierasnäytöksen kutsuvieraat, joita ovat muun muassa sponsorit, yhteistyökumppanit, yritysten työntekijät ja Kymenlaakson Ammattikorkeakoulun opettajat.

Itse näytöksen tärkein tekijä on teema, jonka ympärille koko tilaisuus rakennetaan. Teeman tekee näytöksen sisältö ja musiikkivalinnat, jotka keräävät yleisön mielenkiinnon ja saavat heidät seuraamaan näytöksen kulkua. Yönäytös ja kutsuvierasnäytös eivät sisällöltään eroa toisistaan, vaan kutsuvierasnäytös on yksityistilaisuus juomilla ja pienellä purtavalla maustettuna ja yönäytös on kaikille avoin näytös.

Jotta näytös pysyy sidottuna teemaan, on mallien stailaus tärkeää. Mallien stailaukset ja meikkaukset ovat minun vastuullani ja Lehtomäen hius- ja kauneuspiste tekee kampaukset suunnitelmieni pohjalta.

2.2 Viitekehys

Viitekehukseen (kuva 2) on koottu kolme tärkeintä elementtiä opinnäytetyöni onnistumiseksi.



Kuva 2. Viitekehys (Frimodig 2012)

Yhteistyökumppanit, asiakas ja yleisö tekevät muotinäytöksestä onnistuneet. Asiakkaani tässä työssä ovat Kouvolan Amarillo ja Go Go Girls, jotka kantavat suuren osan näytöksen toteuttamisesta; ilman Go Go Girlsejä asut eivät pääsisi esille ja ilman Amarilloa ei ole paikkaa, jossa asuja esitellä. Sekä Amarillo, että Go Go Girls hyötyvät näytöksestä rahallisesti ja molempien tyytyväisyys voi poikia uusia esityksiä.

Yleisö takaa onnistumisen sekä malleille että Amarillolle. Innostunut ja kiinnostunut yleisö nostattaa lavalla esiintyvien mieltä ja intoa, joka taas heijastuu takaisin yleisöön. Viihtyvä yleisö jää mielellään viettämään koko loppuillansa samassa paikassa.

Ilman yhteistyökumppaneita ei ole näytöstä, jota suunnitella ja sen myötä toteuttaa. Ammattitaitoisten yhteistyökumppaneiden näkyvyys ja tyytyväisyys tekee minusta suunnittelijana ammattitaitoisen ja pystyn jatkossakin suunnittelemaan heille tarvitsemansa näytöksen, asiakasillan tai jonkin muun tilaisuuden.

2.3 Tutkimuskysymykset

Tutkimuskysymykset ohjaavat koko tutkimuksen kulkua ja määrittävät työn tutkimusongelmat. Keskityn työssäni seuraaviin tutkimuskysymyksiin:

Miten toteutetaan menestyksekkäs ja kiinnostava muotinäytös yökerhossa?

Millä tekijöillä saadaan yleisö kiinnostumaan?

Kun järjestetään muotinäytös yökerhossa, on näytöksen sisältö mietittävä tarkasti, jotta näytös onnistuisi. Tilaa ei ole mahdollista, eikä kannattavaa, koristella kahden lyhyen näytöksen ja tilan turvallisuussyiden vuoksi. Katsojien kiinnostus on pidettävä yllä koko näytöksen ajan käyttämällä näytöksessä ennalta arvaamattomia ja innostavia tekijöitä, jotka saavat katsojat odottamaan tulevaa.

2.4 Tutkimusmenetelmät

Kuten jo edellä mainitsin, tutkimusmenetelmäni ovat laadullisia. Käytän tutkimuksessani myös osallistuvaa havainnointia ja työprosessin analysointia.

Osallistuva havainnointi voi olla aktiivista tai passiivista. Aktiivisessa osallistuvassa havainnoinnissa tutkija vaikuttaa aktiivisesti läsnäolollaan tutkittavaan ilmiöön. Hän voi esimerkiksi olla mukana kehittämistyössä, projektissa tai vastaavassa tilanteessa aktiivisena toimijana. (Anttila 1996, 218–224.) Toimin aktiivisesti yhteistyössä näytöksen mallien, yhteistyökumppaneiden ja asiakkaan kanssa, jotta pääsemme haluttuun lopputulokseen. Konkreettinen läsnäoloni projektin jokaisessa osassa ja omien kokemusten tuominen järjestelyihin kehittää näytöstä haluttuun lopputulokseen. Kvalitatiivinen tiedonkeruu tapahtuu usein kasvotusten joko ryhmäkeskusteluina tai henkilökohtaisina haastatteluina.

Työprosessia analysoin projektinhallinnan, kuva-analyysien ja valintojeni perusteluiden kautta. Projektinhallinta tarkoittaa resurssien (kuten työvoiman) organisointia ja hallintaa sellaisella tavalla, että projekti voidaan päättää suunnitellun sisältöisenä ja laatuena, aikataulun sekä budjetin mukaisesti. Käytettäviin resursseihin luetaan esimerkiksi raha, työvoima, raaka-aineet, energia, tila ja palkat. Resurssien lisäksi huomioidaan esimerkiksi viestintä, laatu ja riskit.

Muotinäytöksen järjestäminen on laaja projekti, jonka vastuuhenkilönä ja projektipäällikkönä toimin itse. Projekti alkaa sen määrittämisellä, jonka pohjalta teen suunnitelman työn kulusta ja sen tavoitteista. Haluttuihin tavoitteisiin pääseminen vaatii minulta suunnittelijana tavoitteiden tarkkaa analysointia, jotta tehdyt valinnat johtavat tavoitteiden täyttymiseen: yhteistyökumppanit saavat näkyvyyttä ja näyttös kiinnostuneita ja innostuneita katsojia. Kun suunnitteluvaiheessa huomioin mahdolliset riskit, esimerkiksi mallien sairastumiset, ja ehkäisen virheet, etenee projekti halutulla tavalla. Projektissa kaikki osat vaikuttavat toisiinsa, joten on tärkeää ennakoida ja selvittää miten toimia vastoinkäymisissä. Projektipäällikkönä minun tulee seurata ja hallita kaikkia näytöksen osia, jotta halutut laatu, osaaminen ja ammattitaito säilyvät koko projektin ajan ja muotinäytös onnistuu.

Go Go Girlsit toimivat minulle suurena apuna, sillä heidän viimeisimmät kokemuksensa yökerhoesiintymisistä ovat joulukuulta 2011 ja helmikuulta 2012. Tutkin kuvien perusteella Go Go Girlsien aiempia Muodin Yön muotinäytöksiä Kouvolan Amarillosa. Kuvat ovat näytöksistä 25.9.2010 (kuva 3), 15.4.2011 (kuva 4) ja 23.9.2011 (kuva 5). Kuvien perusteella voisi luulla, että ne on taltioitu samana päivänä, sillä sisällöllisesti ne ovat lähes identtisiä. Haluan kuvien myötä osoittaa, että nyt on hyvä aika tarjota yleisölle uutta ja erilaista.



Kuva 3. Go Go Girlsien muotinäytös Muodin Yössä Kouvolan Amarillossa 25.9.2010 (Frimodig 2010).



Kuva 4. Go Go Girlsien muotinäytös Muodin Yössä Kouvolan Amarillossa 15.4.2011 (Frimodig 2011).



Kuva 5. Go Go Girlsien muotinäytös Muodin Yössä Kouvolan Amarillossa 23.9.2011 (Frimodig 2011).

Kolmena edellisenä Muodin yönä Amarillon muotinäytökset ovat olleet sisällöltään aivan samanlaisia: musiikkina sen hetken listahitit, vaatteet ovat tyyliltään samanlaisia jokaisessa sisääntulossa ja näytöksellä ei ole ollut teemaa.

Tämän kevään näytöksen suurin eroavaisuus aiemmista näytöksistä on sille annettu teema. Teeman avulla saadaan mainosten ja markkinoinnin kautta luotua ihmisille mielikuva näytöksen tapahtumista ja mielenkiinto kasvamaan. Elokvateeman pohjalta ihmisille syntyy ajatuksia näytöksessä mahdollisesti käytettävistä musiikeista ja sii-

nä esiteltävistä vaatteista. Teema rajaa näytöksen sisältöä, jonka vuoksi jokainen näytöksen osa tulee suunnitella teemaan sopivasti.

2.5 Aiemmat tutkimukset

Tutkimusta yökerhossa järjestettävästä muotinäytöksestä ei ole dokumentoitu, mutta muotinäytökseen liittyviä opinnäytetöitä oli muutamia. Kymenlaakson Ammattikorkeakoulusta valmistuneen Lisa-Marie Pyykkösen opinnäytetyön aiheena vuonna 2009 oli: ”Ideaallinen muotinäytös: - Kuinka se toteutetaan?”. Heidi Vilkmanin, valmistui Hämeen ammattikorkeakoulusta vuonna 2011, opinnäytetyön aiheena oli ”Muotinäytöksen ABC ja markkinointiviestintä: Ohjeistus Hämeen ammattikorkeakoulun muotoilun opiskelijoille”. Lahden ammattikorkeakoulusta vuonna 2011 valmistuneen Katariina Kankaanpään opinnäytetyön aiheena oli ”Muotinäytöksen merkitys vaatebrändin imagon rakentumisessa: case: IVANA helsinki”. Johanna Soilu ja Annaliina Vekkelin valmistuivat Jyväskylän ammattikorkeakoulusta vuonna 2007 ja heidän opinnäytetyönsä aiheena oli ”Muotishown järjestäminen ensi kertaa rockfestiivaalitapahtumassa: case: Himos Festival Oy”.

Listamani aiemmat opinnäytetyöt ovat olleet hieman suurempia näytöksiä, joissa on käytetty lavaa, erikoisvalaistuksia ja lavasteita. Toteuttamani muotinäytös tulee puitteiltaan olemaan huomattavasti pienimuotoisempi kuin mainituissa töissä, mutta sisältönsä yhtä monipuolinen.

3 NÄYTÖKSEN LÄHTÖKOHDAT JA TAVOITTEET

3.1 Miksi muotinäytös?

Muotinäytöksiä käytetään mainostamiseen ja markkinointiin, ei ainoastaan lisäämään näytöksissä käytettävien tuotteiden myyntiä. Muotinäytöksiä käytetään tilaisuutena esitellä yrityksiä, ryhmiä ja esityspaikkaa. Muotinäytös on lyhyt esitys, jossa esitellään suunnitellun viimeisin mallisto. Siihen tarvitaan vähintään vaatemallisto, ryhmä malleja, lava ja

yleisö. Näytös on myös markkinointikeino, viestintäväline, jonka avulla uusimman malliston punainen lanka saadaan oikealla tavalla välitettyä. Näytöksessä suunnittelija voi julistaa tuotemerkkinsä, saada median huomiota ja yleisön uskollisuutta. (Vilaseca 2010, 7-9.)

Syitä näytöksen järjestämiseen on lukuisia, siksi näytöksiä on eri tyyliä ja tasoisia. Muotinäytökset voidaan jakaa neljään eri tuotantotyyppiin: dramatisoituihin, muodollisiin, vapaamuotoisiin sekä multimedianahtöksiin. Toteuttamani näytös tulee olemaan vapaamuotoinen näytös. Vapaamuotoiset näytökset vaativat vähiten valmistelua. Näytökset järjestetään usein vaateliikkeissä tai tavarataloissa, sekä myös ravintoloissa. Valaistuksena käytetään yleisvaloa, ja aina ei välttämättä rakenneta edes lavaa. Tarkoituksena on vain esitellä ajankohtaisia asuja silloisille asiakkaille tai osana jotakin tapahtumaa. Myös niin sanotut elävät muotinuket, esimerkiksi kaupan näyteikkunassa eri asennoissa paikallaan seisovat elävät mallit, ja nykymuotoiset salonkinäytökset lasketaan tähänkategoriaan. (Everett & Swanson 2004, 27.)

Amarillon näytökset Muodin Yönä syksyisin ja keväisin ovat aina houkuttelleet yleisöä ilman mitään suurempia markkinointia, mainoksia tai muita houkuttimia. Oli tarjolla näytöksiä tai ei, kaikki nuoret ja nuorekkaat eksyvät Amarillon auringon alle. Varmistuksen ja hyväksynnän muotinäytöksen järjestämisestä sain ravintolapäällikkö Raisa Hyppäselältä.

Pyykkösen (2009, 44) tekemän kyselyn mukaan 4 tärkeintä syytä muotinäytöksen järjestämiseen ovat: tuotteiden esitleminen, trendien esittely, myynnin edistäminen ja markkinointi. Näitä syitä noudattamalla varmistan halutun näkyvyyden kaikkein yhteistyökumppaneiden kohdalla.

3.2 Tavoitteet, hyödyt ja kohderyhmä

Syy siihen, että valitsin opinnäytetyökseni muotinäytöksen järjestämisen, on sen haastavuus ja monipuolisuus. Muotinäytöksen järjestäminen vaatii minulta suunnittelijana taitoa tapahtuman/tilaisuuden järjestäjänä sekä mallien stailaajana, unohtamatta kykyä säilyttää näytöksen teema kaikissa sen osissa alusta loppuun.

Näytöksen tavoitteena on saada näkyvyyttä asiakkaalle ja yhteistyökumppaneille sekä minulle näytöksen suunnittelijana ja järjestäjänä. Toivon näytöksen lisäävän yritysten intoa järjestää teemoihin sidottuja ja sisällöltään erilaisia asiakasiltoja ja muita tapahtumia, joiden suunnittelun he ovat valmiita ulkoistamaan ammattitaitoiselle ja osaavalle suunnittelijalle. Tässä tapauksessa minulle.

Amarillo toivoo kutsuvierasnäytöksen myötä saavansa lisäkäyttöä yökerhotilalleen, joka on tyhjänä viisi päivää viikossa. Tila on melko suuri ja avara, jossa on mainiot puitteet yritysten viettää erilaisia juhlia ja tilaisuuksia, johon myös ruoat ja juomat saa tilattua samasta paikasta.

Näytöksellä tulee olla selkeä rajattu kohderyhmä. Yleisön arvioitu määrä tulee myös tietää etukäteen, jotta näytöksen järjestämispaikka on helpommin päätettävissä. Myöskään yleisön ikää, sukupuolta, ammatteja ja varallisuutta ei tulisi unohtaa; erilaisia ihmisiä kiinnostavat eri asiat. Mitä rajatumpi kohderyhmä, sen helpommin näytös on toteuttavissa. Mitä laajempi kirjo ihmisiä yleisössä on, sitä vaikeampi on saada luotua näytös, joka miellyttäisi heitä kaikkia. Kohderyhmä vaikuttaa niin näytöksen keston, musiikkivalintoihin kuin myös siihen, minkä tyyllisiä vaatteita esitellään. Stereotyyppisesti ajatellen esimerkiksi teini-ikäiset ja eläkeikäiset ovat kiinnostuneet kaikkien edellä mainittujen osa-alueiden kohdalla hyvin erityyillisistä asioista. Ilman tarkkaan rajattua kohderyhmää voi erinomaisen näytöksen järjestäminen olla turhaa, oikeanlaisen formaatin kohdatessa niin sanotusti väärän yleisön (Everett & Swanson 2004, 54–55.)

Kohderyhmää ei tässä tapauksessa pysty rajaamaan selkeästi, koska paikkana on kaikille avoin yökerho. Asiakkaita ovat 18–30-vuotiaat työssäkäyvät ja/tai opiskelevat naiset ja miehet, joista osa on tullut yökerhoon varta vasten seuraamaan näytöstä ja osa vain viettämään perjantai-iltaa.

4 YHTEISTYÖKUMPPANIT JA MARKKINOINTI

S-ryhmään kuuluva Kouvolan Amarillo on ravintola ja yökerho kävelykatu Manskin varrella. Amarillo on erittäin suosittu juhlinta- ja rentoutumispaikka Kouvossa. Yö-

kerhon puolella on tilava tanssilattia, jolle on erinomainen näkyvyys muotinäytöksen järjestämistä ajatellen.

Sokos avattiin Kouvolassa syksyllä 2009. Sokos on S-ryhmän tavarataloketju, jolla on 22 liikettä ympäri Suomea. Sokoksella on erittäin laaja tarjonta naisten vaatteita, mikä vuoksi valitsin liikkeen yhteistyökumppaniksi.

Go Go Girls on vuonna 2006 perustettu tanssiryhmä, joka kannustaa jääkiekko-otteluissa, esiintyy yökerhoissa, yritysjuhlissa ja yksityisissä tilaisuuksissa sekä hoitaa PR-tehtäviä. He tuovat elävyyttä näytökseen esiintymistaidoillaan ja aurinkoisuudellaan, unohtamatta kasvavaa faniryhmää, joka varmasti löytyy näytöspäivänä yleisöstä eturivistä. Go Go Girlsien kanssa yhteistyötä aiemminkin tehneet DJ Tico ja Lehtomäen hius- ja kauneuspiste lähtivät epäröimättä mukaan.

DJ Tico on aloittanut työssään vuonna 1998 ja työskennellyt muuan muassa radiojuontajana NRJ:llä, Radio Novassa ja Kiss FM:ssä. DJ:n työn ohella Tico tekee myös juonto- ja tapahtumatuotantotöitä.

Lehtomäen hius- ja kauneuspiste on vuonna 2005 perustettu kouvolaalainen hius- ja kauneusalan yritys, jonka toimitilat sijaitsee Lehtomäessä Kouvolassa.

Näytöksen taltioinnista vastaa valokuvaaja Daniel Levi, jonka kanssa olen parin vuoden ajan tehnyt yhteistyötä muun muassa kalenterikuvausten merkeissä.

Pilailupuodin ensimmäinen liike on perustettu Helsingissä vuonna 1969. Yritys myy monipuolisesti kaikkia naamiaistuotteita. Yhteistyökumppanina näytöksessä toimii Kuusankoskella sijaitseva liike.

4.1 Sponsorointi ja budjetti

Kulut täytyy osata arvioida jo hyvissä ajoin, jotta yllätyksiltä voi välttyä. Kaikki oletettava tulee kirjata ylös ja siten arvioida tuleva budjetti. Tämä auttaa haettaessa mahdollisia yhteistyökumppaneita ja sponsoreita (Everett & Swanson (2004,73).

Näytösten kulut kertyvät kutsuvierasnäytöksen tarjoiluista, kutsujen, mainosjulisteiden ja käsiohjelmien tulostamisesta sekä Pilailupuoti Piliksen tuotteiden lunastamisesta. Näytöksen sponsorit ovat kouvolaalaisia eri alojen yrityksiä, jotka ovat kiinnostuneita järjestämään pienimuotoisia juhlia ja tapahtumia työntekijöilleen, asiakkailleen ja yhteistyökumppaneilleen. Haluan näytöksen myötä esitellä heille Kouvolan Amarillon tilat, joita he voivat jatkossa halutessaan vuokrata itselleen käyttöön sekä tarjota heille arjesta irrottavan kokemuksen muodin, ruoan ja juoman parissa.

Näytöksen kulut jaetaan näytökseen osallistuneiden sponsoreiden kesken, jolloin kaikki yritykset ovat mukana samalla summalla ja tasavertaisesti mukana markkinoinnissa ja mainonnassa.

4.2 Markkinointi ja mainonta

Vaikka onkin kyse erittäin pienimuotoisesta näytöksestä, on sen onnistumisen kannalta hyvinkin tärkeää, että mainontaan ja markkinointiin panostetaan. Näytöstä tullaan mainostamaan julisteilla ja mainoksilla (liite 1), jotka suunnittelen ja tulostan itse. Julisteita ripustetaan näkyville Kymanlaakson Ammattikorkeakoululle, Amarilloon ja Sokokseen. Tärkeimpänä markkinointikeinona pidän sosiaalista mediaa, tässä tapauksessa Facebookia, jonka kautta sana kulkee nopeasti. Minua haastateltiin Kouvolan Sanomien 20.4.2012 ilmestyvään Muodin Yön liitteeseen muotinäytökseen suunnittelun ja toteuttamisen tiimoilta. Haastattelu toimii tärkeänä mainoksena klo 00.30 alkaen näytökseen.

Mikäli budjetti antaa myöten, kannattaa mainontaan ja mediaan liittyviin asioihin sijoittaa, sillä hyvin hoidettu julkisuus on niin sanotusti puoli voittoa. Vaikka show olisi hyvä, ei siitä ole hyötyä jos oikeat henkilöt eivät osaa tulla paikalle. Mikäli et osaa itse, kannattaa kysyä neuvoa osaavilta. Siinä säästää niin aikaa kuin rahaa. Hyvä lehdistötiedote ja mahdollinen lehdistötilaisuus ovat erittäin tärkeitä näytökselle.

Mikäli kyseessä on näytös, jossa on iso budjetti tai jos ollaan esimerkiksi lanseeraamassa uutta mallistoa, on lehdistötilaisuus hyvin oleellista pitää. Lehdistölle ja muulle medialle tulee olla tarjottavana myös materiaalia pressipaketin muodossa. Tämä voi koostua esimerkiksi tapahtuman tiedotteesta ja suunnittelijan aiemmasta

näytöskuvamateriaalista. Niin lehti-, radio-, Internet- kuin TV-mainonta ovat hyviä keinoja, mutta myös niin sanottu suoramainonta esimerkiksi flyereiden jaon muodossa on hyvin toimivaa. Näytöstä varten tulee myös tehdä mainosjulisteita. Itse näytöksessä on yleensä käsiohjelma, josta on nähtävissä esimerkiksi kaikki sisääntulot suunnittelijoihin sekä mukana olevat sponsorit sekä työryhmän jäsenet. Kaikessa mainosmateriaalissa tulee olla yhtenäinen ja selkeästi näytöstapahtumaan ja sen teemaan yhdistettävä yleisilme. (Everett-Swanson 2004, 90.)

5 NÄYTÖKSEN SUUNNITTELU

Muotinäytöksen järjestäminen käsittää monta eri osa-aluetta. Olen seuraavissa luvuissa käsitellyt tilaisuuden suunnittelun teoriaa aina ideasta ja toteutuksesta käytännön järjestelyihin asti.

Näytökseen tulee yhteensä 22 mallia, 9 tyttöä ja 13 miestä. Naiset tulevat tanssiryhmä Go Go Girlseistä ja miehet olemme keränneet kaveripiiristä.

5.1 Näytöksen teema ja nimi

Elokuvien valinta näytöksen teemaksi johtuu omasta kiinnostuksesta elokuvaan, elokuvahahmoihin ja elokuvamusiikkiin. Erilaiset elokuvat ovat kautta aikojen olleet ihmisten tapa rentoutua huolimatta siitä katsotaanko niitä elokuvateattereissa vai omassa olohuoneessa. Elokuvat saavat meidät unohtamaan arkiset asiat ja huolet, ne tempaavat mukaansa ja tekevät katsojista unelmoijia. Elokuvat herättävät keskustelua ja yhdistävät niitäkin ihmisiä, jotka pitävät aivan erityylyisistä elokuvista. Jo pelkkä muotinäytöksen teema saattaa houkuttaa muotimaailmasta vähät välittävää yleisöä tulemaan paikalle ja nauttimaan showsta alusta loppuun.

Muotinäytöksen nimi viittaa englanninkieliseen sanaan ”look-alike”, joka tarkoittaa englanti-suomi-sanakirjan mukaan substantiiveja: kaksoisolento, näköinen ja samannäköinen, sekä adjektiivia ”samannäköinen”. Kun näytöksen teemana ovat elokuvat (englanniksi ”movies”, yksikkönä ”movie”) ja näytöksen miehet tullaan pukemaan

täysin elokuvahahmojen mukaisesti (samannäköisiksi kaksoisolennoiksi) syntyy näytöksen nimi: Movielike.

5.2 Asut, hiukset ja meikit

Asukokonaisuuksien asusteineen tulisi olla selvillä viimeistään viikkoa, mutta mielellään jo useampaa viikkoa ennen näytöstä. Asujen lavajärjestys tulee miettiä myös jo tässä vaiheessa, jotta harjoiteltaessa mallit ovat koreografioissa oikeassa järjestyksessä. Kaikki näytöksessä mukana olevat vaatteet ja asusteet tulee kirjata ylös, jotta niitä palauttaessa voi varmistua siitä, että kaikki on tallella. Lista tulee olla niin vaatteita näytökseen antavalla kuin järjestävällä osapuolella. Kun asukokonaisuudet ovat valmiina, tehdään alustava sisääntulojärjestys, jossa näkyvät niin mallit kuin asut. Lopullinen lista tulee olla koko ajan esillä näytöspäivänä ja valmis viimeistään kenraaliharjoituksissa, jotka ovat näytösviikolla. Mikäli käytetään lainakenkiä, tulee pohjat muistaa teipata, etteivät ne kulu. Riippuen mallien määrästä, mallit pyydetään sovitukseen joko kaikki kerrallaan tai porrastetusti. Mikäli malleja on enemmän kuin kymmenen, on porrastettu sovitus ehdoton. (Everett & Swanson 2004, 124-131.)

Näytösvaatteet valitsin Sokoksesta näytösviikolla, jotta näytöksessä käytettävät tuotteet ovat mahdollisimman uusia ja vaatteiden laina-aika tulee olemaan vain muutama päivä. Ennen vaatteiden valitsemista keräsin mallien mitat ja koot sekä sovin missä sisääntulossa kukin esiintyy. Mikäli sovituksissa oli ilmennyt vaatteiden huono istuvuus tai väärä koko, oli minulla mahdollisuus käydä vaihtamassa vaatteet ennen näytöstä.

Näytöksen miesmallit puetaan vaatteilla, jotka hankin ja tuunaan itse. Apuna minulla on työharjoitteluni ohjaaja, yrittäjä ja TV-kanava Nelosen oma stylisti Jemina Hanhijärvi, joka lainasi minulle laajasta ja monipuolisesta vaatevarastostaan tarvitsemiä miestenvaatteita. Miehet ovat näytöksessä suuressa osassa, joten heidän lähes täydellisten asujen, meikkien ja kampauksien suunnitteluun kuluu useampi päivä.

Kampaukset naismalleille tekee Lehtomäen hius- ja kauneuspiste suunnitelmieni pohjalta. Halusin kampauksista huokuvan Hollywood -henkistä suuruutta, naisellisuutta ja glamouria (kuva 6).



Kuva 6. Moodboard kampauksien tyylistä (Frimodig 2012).

Mallien meikkauksen hoidan yhdessä Kouvolan ammattiopistossa stylistiksi opiskelevan Liia Sinkkosen kanssa. Haluan meikkauksen kautta hyödyntää aiempaa koulutustani meikkaaja-maskeeraajana. Mallien meikki tulee olemaan yksinkertainen ja tyylikäs ja siinä korostetaan silmiä tuuheilla tekoriipsillä ja huulia kirkkaanpunaisella värillä (kuva 7).

musiikkia, sekä esiteltävää muotia. Jokaisessa sisääntulossa on 3–4 naista ja yksi mies. Haluan pitää naismallien määrän pienenä, jotta yleisö pystyy rauhassa käymään läpi jokaisen esillä olevan asukokonaisuuden. Miehet eivät tule opettelemaan askelkuvioita ja esittelemään vaatteita, vaan tuovat esittämänsä elokuvahahmon eleitä imitoiden elokuvaa esille ja naiset lavalle.

Jotta jokainen yleisössä pääsee elokuvaan sisään, on taustamusiikki erittäin tärkeässä osassa tunnelman luomisen kannalta. Musiikkia pidetään vaatteiden ohella muotinäytöksen tärkeimpänä elementtinä. Löydettyäni oikeat kappaleet näytöksen sisääntuloihin, lähetin tiedot DJ Ticolle, joka hoitaa musiikin miksauksen näytökseen. Lähes poikkeuksetta jokaiseen näytökseen miksataan oma näytösmusiikki jo valmiina olevista useista eri kappaleista tai vastaavasti budjetin ollessa suuri, pyydetään tekemään näytöstä varten täysin uusi kappale. Musiikkivalinnat riippuvat asujen tyylistä, yleisöstä ja siitä, mikä on teemana. (Everett & Swanson 2004, 170–173.) Myös Pyykkösen (2009, 45) teettämässä kyselyssä selviää, että yleisön mielestä näytöksessä ovat tärkeintä: vaatteet, musiikki ja mallit, tuossa järjestyksessä.

Olen valinnut näytökseen kaksitoista eri tyylistä, mutta erittäin tunnettua, elokuvaa, joista jokainen on yksi sisääntulo. Jokaisessa sisääntulossa esitellään erilaisia naistenvaatteita aina alusvaatteista ja bikineistä juhلامekkoihin ja takkeihin. Sisääntulossa käytettävän elokuvan määrittää elokuvan keskeinen hahmo ja tunnusmusiikki. Olen tehnyt moodboardit naisille tulevien vaatteiden tyylistä.

Ensimmäisessä sisääntulossa (kuva 8) on elokuvasta ”Grease” (1978), tunnusmusiikki: John Travolta & Olivia Newton-John – You’re the one that I want. Naiset esittelevät tässä sisääntulossa Sokoksen farkkutarjontaa 50-luvun tyyliin. Miesmalli puetaan elokuvan tanssitaitoiseksi hahmoksi ”Danny Zuko”, jonka asuun kuuluu musta nahkatakki, mustat farkut, valkoinen aluspaita ja tennarit.



Kuva 8. Moodboard naisten vaatteiden tyylistä ja Danny Zuko (Frimodig 2012).

Sisääntulo 2 (kuva 9) on elokuvasta ”Pulp Fiction” (1994), tunnusmusiikki: Dick Dale and His Del Tones – Misirlou. Naisille elokuvan tyyliin sopivat valkoiset paitapuserot ja mustat alaosat. Tämä sisääntulo on suunnattu pääosin toimistotyössä oleville naisil-

le. Miehet ”Jules & Vincent” (tässä sisääntulossa 2 miestä) puetaan mustiin pukuihin, valkoisiin paitoihin ja ohuisiin mustiin kravaatteihin.



Kuva 9. Moodboard naisten vaatteiden tyylistä ja Vincent & Jules. (Frimodig 2012)

Kolmas sisääntulo (kuva 10) on elokuvasta ”Indiana Jones” (1981), tunnusmusiikki: John Williams – Raiders Of The Lost Ark. Naisille puetaan rentoja seikkailu- ja safarihenkisiä vaatteita, jotka ovat väriltään hyvin luonnonläheisiä ja neutraaleja. Mies ”Indiana Jones” puetaan luonnonvalkoiseen/vaalean beigeen paitapuseroon, ruskeisiin housusuihin ja lierihattuun.



Kuva 11. Moodboard naisten vaatteiden tyylistä ja Terminator. (Frimodig 2012)

Viides sisääntulo (kuva 12) on elokuvasta ”Austin Powers” (1997), tunnusmusiikki: Quincy Jones – Soul Bossa Nova. Naiset puetaan värikkäisiin, 60-luvun tyylisiin mekkoihin. miehelle ”Austin Powers” sininen (sametti)puku ja valkoinen röhhelöpaita.



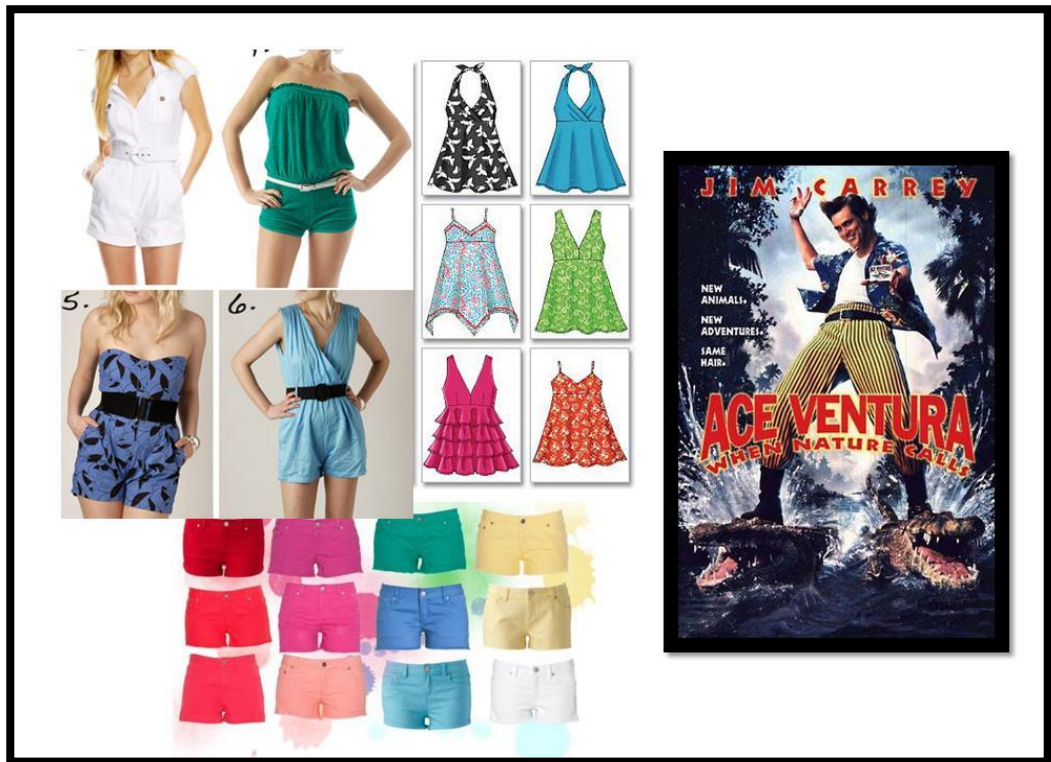
Kuva 12. Moodboard naisten vaatteiden tyylistä ja Austin Powers. (Frimodig 2012)

Kuudes sisääntulo (kuva 13) on elokuvasta ”Hyvät, pahat ja rumat” (1966), tunnusmusiikki: Ennio Morricone – The Good, The Bad And The Ugly. Naiset puetaan bordellityyliin sopivasti korsetteihin, mies ”Blondie” puetaan lännenelokuvien tyyliin: nahkaliivi, puuvillainen paitapusero, ruskeat farkut, hartiahuivi/poncho, nahkavyöt ja stetsoni.



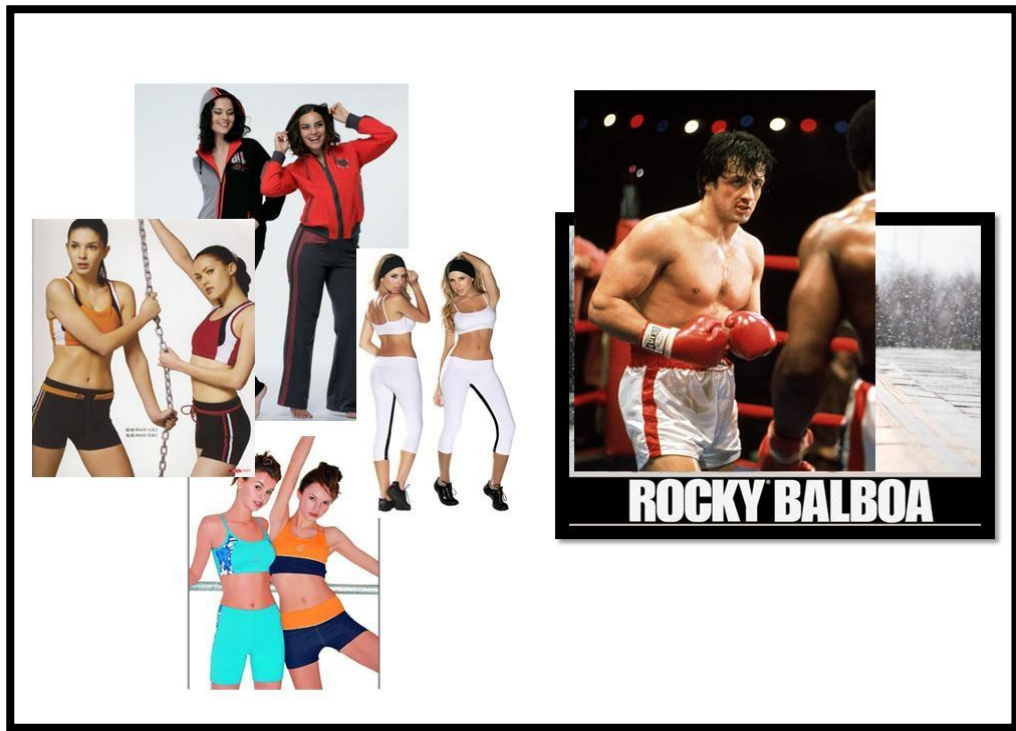
Kuva 13. Moodboard naisten vaatteiden tyylistä ja Blondie. (Frimodig 2012)

Sisääntulossa 7 (kuva 14) on elokuvasta ”Ace Ventura” (1995), tunnusmusiikki: Tight Fit – The Lion Sleeps Tonight. Naiset puetaan rentoihin ja värikkäisiin kesävaatteisiin. miehelle ”Ace Ventura” Hawaii-tyylinen paita, valkoinen aluspaita ja raidalliset housut.



Kuva 14. Moodboard naisten vaatteiden tyylistä ja Ace Ventura. (Frimodig 2012)

Kahdeksannessa sisääntulossa (kuva 15) on elokuvasta ”Rocky” (1976), tunnusmusiikki: DJ Hush – Gonna Fly Now. Naiset puetaan elokuvan tyyliin sopivasti urheiluvaatteisiin, miehelle ”Rocky Balboa” (nyrkkeily)shortsit, pyyhe harteille ja nyrkkeilykengät.



Kuva 15. Moodboard naisten vaatteiden tyylistä ja Rocky Balboa. (Frimodig 2012)

Sisääntulossa 9 (kuva 16) on Jokeri elokuvasta ”Yön Ritari” (2008), tunnusmusiikkina: Hans Zimmer & James Newton Howard – Gunpowder And Gasoline. Naiset esittelevät jakkuja, blazereita sekä ohuita takkeja ja trenssejä. Mies ”Jokeri” puetaan violettiin pukuun, vihreään liiviin ja paitapuseroon.



Kuva 16. Moodboard naisten vaatteiden tyylistä ja Jokeri. (Frimodig 2012)

Kymmenes sisääntulo (kuva 17) on elokuvista ”Uuno Turhapuro” (1973), tunnusmusiikki: Jaakko Salo – Uuno Turhapuro. Naiset puetaan hyvin seksikkäisiin, tiukkoihin ja lyhyisiin kesä- ja juhlamekkoihin, sillä elokuvissa Uuno saa aina kaikkein kauneimmat naiset. Mies ”Uuno Turhapuro” puetaan valkoiseen reikäpaitaan, tummiin pussihousuihin ja henkseleihin.



Kuva 17. Moodboard naisten vaatteiden tyylistä ja Uuno Turhapuro. (Frimodig 2012)

Sisääntulossa 11 (kuva 18) on elokuvista ”James Bond” (1997), tunnusmusiikki: Moby – James Bond Theme. Naiset puetaan elokuvaan sopivaan tyyliin klassisiin ja tyylikkäisiin iltapukuihin, mies ”James Bond” mustaan pukuun, valkoiseen paitaan ja rusettiin.



Kuva 18. Moodboard naisten vaatteiden tyylistä ja James Bond. (Frimodig 2012)

Kahdestoista ja viimeinen sisääntulo (Kuva 19) on elokuvasta ”Pirates of the Caribbean” (2003), tunnusmusiikki: Scotty – He’s A Pirate. Naiset puetaan Karibian hiekkarantojen tyyliin bikineihin, uimapukuihin ja aurinkolaseihin. Miehellä ”Jack Sparrow” tulee valkoinen puuvillapaita, liivi ja tummat housut. Päähän ja lantiolle tulee huivit ja asusteeksi paljon koruja.



Kuva 19. Moodboard naisten vaatteiden tyylistä ja Jack Sparrow.(Frimodig 2012)

Haluan esitellä näytöksessä mahdollisimman monipuolisesti Sokoksen kesän 2012 naistenmuotia, mutta haluan jokaisen sisääntulon olevan yksilöllinen. Elokuvalavalintani perustuivat siihen, minkä tyyllisiä naistenvaatteita haluan näytöksessä esitellä. Elokuvien tyyllilajien erot ja melodian vaihtelevuudet tuovat sisääntuloihin monipuolisuutta, joka toistuvat myös vaatteissa: farkkuja, peruspaitoja, kauluspaitoja, hameita, rentoa kesävaatetta, pikkumustaa, värikkäitä kesämekkoja, alusvaatteita, urheiluvaatteita, jakkuja ja takkeja, juhlamekkoja, iltapukuja ja uima-asuja. Jokainen sisääntulo on erilainen, joten esiteltävät vaatteetkin ovat. Mikäli näytöksen jokaisessa sisääntulossa toistuisi samantyylinen vaateetus, yleisö saattaisi kyllästyä helposti ja kiinnostus seurata näytöstä loppuun asti katoaisi.

Sisääntulojen koreografiat toiveideni ja suunnitelmieni pohjalta ovat tehneet Essi Frimodig, Eevi Frimodig ja Liia Sinkkonen Go Go Girlseistä.

6 NÄYTÖKSEN AIKATAULU, KULKU JA LOPETUS

Kutsuvierasnäytös ja Yönäytös toteutetaan Kouvolan Amarillossa perjantaina 20.4. 2012 Muodin Yön yhteydessä. Näytöksiin sisältyy alkumusiikki, 12 sisääntuloa omine musiikkeineen ja loppumusiikki, jonka aikana kaikki mallit tulevat lavalle kiittämään yleisöä, sponsoreita ja yhteistyökumppaneita. Näytös kestää kaiken kaikkiaan noin 15 minuuttia. Päätin näytöksen keston Pyykkösen (2009, 46) tekemän kyselyn perusteella, sillä kyselyyn vastanneiden mukaan mieluisin muotinäytöksen kestoaika on 15–30 minuuttia.

Lavalla ei saa olla tyhjää hetkeä, mikäli se ei ole perusteltua, sillä tyhjät hetket katkaisevat näytöksen ja saavat yleisön menettämään mielenkiintonsa näytöstä kohtaan. Viimeisen sisääntulon tulee yhtäläillä avaavan sisääntulon kanssa olla näyttävä ja mieleenpainuva, jotta näytös jää ihmisten mieleen ja saa aplodeeraamaan. Usein myös kaikki mallit tulevat lavalle viimeisen sisääntulon jälkeen, kuten myös suunnittelijat, mikäli on kyseessä vaatesuunnittelijoiden eikä tavaratalon näytös. (Everett & Swanson 2004, 160–163.)

Viimeisen sisääntulon jälkeen kaikki mallit kävelevät kierroksen tanssilattialla loppumusiikin tahtiin ja kantavat käsissään A2-kokoisia pahvisia lappuja, jotka muodostavat näytöksen lopputekstit. Lopputeksteissä kiitetään kaikkia mukana olleita yrityksiä ja näytöksessä mukana olleita henkilöitä. ”Lopputekstit” toteutan itse.

Alustava aikataulu (kuva 20) näytöspäivälle:

Klo 12-15	Kampaukset	
Klo 14-18	Meikit	
Klo 18-20	Dukeutuminen	
Klo 20	Kutsuvierasnäytöksen valmistelua	
Klo 21-22	Kutsuvierastilaisuus	
Klo 00.30	Yönäytös	

Kuva 20. Aikataulu. (Frimodig 2012)

6.1 Kutsuvierasnäytös ja yönäytös

Kutsuvierasnäytös järjestetään Amarillon yökerhon puolella klo 21-22. Tilaisuuteen saapuvat vain kutsutut vieraat, joille tarjotaan pientä purtavaa ja juotavaa ennen näytöksen alkua. Kutsuvieraita ovat muun muassa sponsorit, yhteistyöyritysten työntekijät sekä Kymenlaakson Ammattikorkeakoulun valikoituja opettajia. Tarkoituksena on antaa kutsuvieraiden seurustella hetken ennen näytöksen alkua ja näytöksen päätyttyä on mahdollisuus keskusteluun ja palautteeseen.

Kutsuja (liite 2) lähetetään 20 kappaletta, jotta kaikki vieraat mahtuvat moitteettomasti tanssilattian ympärille. Mikäli yleisölle tarjotaan juotavaa ja syötävää näytöksen aikana, tulee istuinpaikat sijoittaa lavan reunoille siten, että myös pieniä pöytiä on mahdollista sijoittaa tuolien läheisyyteen. (Everett & Swanson 2004, 204–205.) Tanssilattia on syvennyksessä, joten näkyvyys lavalle on hyvä. Tanssilattiaa kiertää kaide, jossa on pieni pöytätaaso, johon vieraat voivat halutessaan laskea juomansa ja ruokalautasensa. Myös pieniä pöytiä tullaan asettamaan tanssilattian läheisyyteen, mikäli muuta pöytätaasoa ei ole läheisyydessä.

Yökerhon suuntaa-antavasta pohjapiirustuksesta (kuva 21) näkee sisääntulon, esiintymislavan sijainnin ja mallien saapumispaikan. Esiintymislavaa kiertää kaide ja harmaat pallot ovat kattoon asti ulottuvia palkkeja, jotka vaikuttavat näkyvyyteen. Keltaisilla palloilla olen osoittanut kutsuvieraiden parhaimmat paikat näytöksen täydelliseen näkemiseen. Ennen näytöksen alkua tulen ohjaamaan vieraat parhaimmille paikoille. Tanssilattian muodon vuoksi koreografiat vaativat suurimman mahdollisen tilan, joten muotinäytös on keskitetty lavan oikeaan reunaan sisääntulosta katsottuna. Valkoisilla ja sinisillä palloilla olen viitannut tarjoilujen mahdollisiin paikkoihin.



Kuva 21. Amarillon yökerhopuolen suuntaa-antava pohjapiirustus. (Frimodig 2012)

Yönäytöksessä yleisö tulee keräytymään koko esiintymislavan ympärille ja suuri osa yleisöstä ei tule näkemään lavalle.

Yönäytös on kaikille avoin näytös, joka aloitetaan noin klo 00.00. Ajan valitsin sen perusteella, miten yökerhoasiakkaat baariin liikkuvat. Muodin Yönä Yökerhot täyttyvät jo ennen puolta yötä, koska kaupat ovat avoinna klo 23.00 asti, muina viikonloppuina yökerhot täyttyvät puolen yön jälkeen.

Näytöstä kuulutetaan DJ:n toimesta muutaman kerran illan aikana, jotta mahdollisimman moni asiakas on oikeaan aikaan oikeassa paikassa. Ennen näytöstä DJ kuuluttaa tanssilattian tyhjäksi ja muotinäytös voi alkaa.

6.2 Vaatteiden ja asusteiden huolto ja palautus

Jokaiselle mallille laitetaan oma paikka takahuoneeseen, jossa he säilyttävät vaatteensa ja asusteensa. Sokoksen ehtona vaatteiden lainaamiselle on se, että hintalaput tulee pitää paikoillaan ja vaatteiden täytyy olla myyntikunnossa. Kaikki tämä on minun vastuullani vaatteiden lainaajana, mutta onneksi kokemukseni vastaavasta työstä helpottaa työtäni. Puvustusassistentin työssä lainasin vaatteita ja asusteita useasta yrityksestä Helsingissä ja opin tekemään ratkaisuja, joilla varmistan tuotteiden erinomaisen palautuskunnon.

On tärkeää huolehtia vaatekappaleet vaatepuihin heti käytön jälkeen, jotta ne pysyvät suorina eivätkä vahingossakaan joudu kenenkään jalkoihin. Meikki- ja kampaustahrat vältetään sovitustiinon avulla.

Näytösten välillä mallit pukevat omat vaatteet päällensä, jotta lainavaatteet säästyvät ylimääräisiltä käytön jäljiltä. Viimeisen näytöksen päätyttyä lainavaatteet kerätään yhteen ja ne viedään vastuuhenkilön kotiin tarkastettavaksi hyvään valoon ja tuulettamaan parvekkeelle vaatekappaleisiin. Vaatteiden palautus Sokokseen tapahtuu näytöksen jälkeisenä päivänä.

7 OMA ARVIOINTI

Opinnäytetyöni kirjallinen osuus palautetaan ennen muotinäytöksen toteutumista, joten näytöksen loppupohdinnat ja onnistumisen analysointi ovat mahdottomia. Olen kuitenkin tyytyväinen aikaansaannoksiini ja luulen näytöksen tulevan olemaan menestys, sillä näytöksen teema, musiikit, koreografiat ja asut tulevat monipuolisuudellaan keräämään ansaitsemansa mielenkiinnon ja huomion yleisöltä. Näytös tulee positiivisesti eroamaan Amarillon aiemmista muotinäytöksistä jo pelkästään teeman ja tarkasti suunnitellun sisällön vuoksi.

Asettaessani projektin alussa tutkimuskysymykset ”miten toteutetaan menestyksekkäs ja kiinnostava muotinäytös yökerhossa?” ja ”millä tekijöillä saadaan yleisö kiinnostumaan?”, mietin asioita, joita itse haluaisin muotinäytöksessä nähdä. Haastatteluiden, kokemuksien ja aiemmin tehtyjen tutkimuksien kautta sain varmistuksen tekijöistä, joilla taataan menestyksekkäs ja kiinnostava muotinäytös, josta yleisö varmasti kiinnostuu. Yökerhossa järjestettävässä näytöksessä täytyy sen sisältöön panostaa: Ajankohdainen teema, monipuoliset asukokonaisuudet, vaikuttavat musiikkivalinnat ja ennalta-arvaamattomuus tekevät näytöksestä onnistuneen ja sekä sponsorit että yhteistyökumppanit saavat toivomansa näkyvyyden.

Projektin suurimpana haasteena koin kirjallisen osuuden valmistumisen. Luovana, visuaalisena ja mielikuvitusriikkaana tekijänä ajatuksien siirtäminen paperille on vaikeaa. En yleensäkään analysoi tai kyseenalaista ajatuksiani ja ideoitani silloin, kun tiedän ratkaisun olevan toimiva.

Olen opinnäytetyössäni keskittynyt lähes täysin muotinäytöksen järjestämiseen. Liik kuvia osia on monia ja ne vaativat täyden keskittymiseni, jotta muotinäytös, joka toimii käyntikorttina tulevaisuuttani ajatellen, onnistuu ja asettamani tavoitteet täyttyvät.

Pienimuotoinenkin muotinäytös on projektina haaste, etenkin silloin kun yksin hoitaa ja hallitsee kaikkia muotinäytöksen toteuttamiseen ja onnistumiseen vaadittavia osia. Olisin saanut apua sisällön suunnitteluun ja vaatteiden hankintaan, mutta koin itselleni parhaimmaksi tavaksi oppia kaikki tarpeellinen suunnittelussa ja toteuttamisessa kun työskentelen yksin. Yksin työskentelyn etuna on se, että aina tietää mitä asioita on hoidettu ja mitä on seuraavaksi luvassa. Tein projektin alussa itselleni aikataulun, jon-

ka avulla pysyin ajan tasalla työnkulussa. Erityisen tyytyväinen olen aikataulussa pysymiseen ja siihen, ettei projektia hidastavia vastoinkäymisiä tapahtunut.

Muotinäytöksen suunnittelu ja järjestäminen on äärimmäisen mielenkiintoista ja monipuolista työtä. Tulevaisuuden suunnitelmiini kuulukin hyödyntää kaikkea ammattikorkeakoulussa oppimiani tietoja ja taitoja, esimerkiksi erilaisten muotiin ja vaatetukseen liittyvien tilaisuuksien ja/tai tapahtumien suunnittelijana ja toteuttajana: koulutukseni myötä saan valmiudet tapahtumasuunnitteluun, tila- ja sisustussuunnitteluun, stailaukseen ja graafiseen suunnitteluun.

Olen tyytyväinen aihevalintaani, sillä pääsin toteuttamaan itseäni ja näyttämään osaamiseni.

LÄHDELUETTELO

KIRJALLISET LÄHTEET:

Anttila, Pirkko. 1996. Tutkimuksen taito ja tiedon hankinta. Helsinki: Gummerrus.

Everett, J.C. & Swanson, K.K. 2004. Guide to Producing a Fashion Show. USA: Fairchild Publications, Inc.

Kankaanpää, Katariina 2011: Muotinäytöksen merkitys vaatebrändin imagon rakentumisessa : case: IVANA Helsinki. Opinnäytetyö. Lahden Ammattikorkeakoulu.

Pyykkönen, Lisa-Marie 2009: Ideaalinen muotinäytös: - Kuinka se toteutetaan? Opinnäytetyö. Kouvola, Kymenlaakson Ammattikorkeakoulu.

Soilu, Johanna; Vekkele, Annaliina 2007: k-
festivaalitapahtumassa : case Himos Festival Oy. Opinnäytetyö. Jyväskylän Ammattikorkeakoulu.

Vilaseca, E. 2009. Runway uncovered. The making of a fashion show. Engl. Cillero & de Motta. Barcelona: Promopress.

Vilkman, Heidi 2011: Muotinäytöksen ABC ja markkinointiviestintä : Ohjeistus Hämeen ammattikorkeakoulun muotoilun opiskelijoille. Opinnäytetyö. Hämeen Ammattikorkeakoulu.

INTERNET:

Projektin hallinta. Saatavissa: <http://fi.wikipedia.org/wiki/Projektinhallinta> [Viitattu 6.4.2012]

Kvalitatiivinen tutkimus. Saatavissa: www.taloustutkimus.fi/tuotteet_ja_palvelut/tiedonkeruuratkaisut_ja_monitila/kvalitatiivinen_tutkimus [Viitattu 2.3.2012]

ORIENTOIVAT LÄHTEET:

Airisto, Lenita. 2004. Kauneus on lisäarvo. Helsinki: Otava.

Diamond, J. & Diamond, E. 1999. Fashion Advertising and Promotion. New York: Fairchild Publications, a division of ABC Media, Inc. Alkuperäinen kustantaja: New York: Delmar Publishers.

Easey, M. 2009. Fashion Marketing. Wiley-Blackwell A John Wiley & Sons, Ltd., Publication: United Kindom.

Entwistle, J & Rocamora, A. 2006. The Field of Fashion Materialized: A Study of London Fashion Week. Teoksessa Sosiology. Lontoo: SAGE Publications.

Wolfe, M. 2009. Fashion Marketing and Merchandising. Illinois: The Goodheart-Willcox Company, Inc.

ELOKUVAT:

Ace Ventura (1995).

Austin Powers (1997).

Grease (1978).

Hyvät, pahat ja rumat (1966).

Indiana Jones (1981).

James Bond (1997).

Pirates of The Caribbean (2003).

Pulp Fiction (1994).

Rocky (1976).

Terminator (1984).

The Dark Knight – Yön Ritari (2008).

Uuno Turhapuro (1973).

MUSIIKIT:

Crew 7 – Eye Of The Tiger.

Dick Dale And His Del Tones – Misirlou.

D-Region – Terminator.

DJ Scotty – He's A Pirate.

Ennio Morricone – The Good, The Bad And The Ugly.

Hans Zimmer & James Newton Howard – Gunpowder And Gasoline.

Jaakko Salo – Uuno Turhapuro.

John Travolta & Olivia Newton-John – You Are The One That I Want.

John Williams – Riders Of The Lost Ark.

Moby – James Bond Theme.

Tight Fit – Lion Sleeps Tonight.

Quincy Jones – Soul Bossanova.

KUVALUETTELO

Kuva 1. Käsitekartta (Frimodig 2012).

Kuva 2. Viitekehys (Frimodig 2012)

Kuva 3. Go Go Girlsien muotinäytös Muodin Yössä Kouvolan Amarillossa 25.9.2010 (Frimodig 2010).

Kuva 4. Go Go Girlsien muotinäytös Muodin Yössä Kouvolan Amarillossa 15.4.2011 (Frimodig 2011).

Kuva 5. Go Go Girlsien muotinäytös Muodin Yössä Kouvolan Amarillossa 23.9.2011 (Frimodig 2011).

Kuva 6. Moodboard kampauksien tyylistä (Frimodig 2012).

Kuva 7. Moodboard meikkien tyylistä (Frimodig 2012).

Kuva 8. Moodboard naisten vaatteiden tyylistä ja Danny Zuko (Frimodig 2012).

Kuva 9. Moodboard naisten vaatteiden tyylistä ja Vincent & Jules. (Frimodig 2012)

Kuva 10. Moodboard naisten vaatteiden tyylistä ja Indiana Jones. (Frimodig 2012)

Kuva 11. Moodboard naisten vaatteiden tyylistä ja Terminator. (Frimodig 2012)

Kuva 12. Moodboard naisten vaatteiden tyylistä ja Austin Powers. (Frimodig 2012)

Kuva 13. Moodboard naisten vaatteiden tyylistä ja Blondie. (Frimodig 2012)

Kuva 14. Moodboard naisten vaatteiden tyylistä ja Ace Ventura. (Frimodig 2012)

Kuva 15. Moodboard naisten vaatteiden tyylistä ja Rocky Balboa. (Frimodig 2012)

Kuva 16. Moodboard naisten vaatteiden tyylistä ja Jokeri. (Frimodig 2012)

Kuva 17. Moodboard naisten vaatteiden tyylistä ja Uuno Turhapuro. (Frimodig 2012)

Kuva 18. Moodboard naisten vaatteiden tyylistä ja James Bond. (Frimodig 2012)

Kuva 19. Moodboard naisten vaatteiden tyylistä ja Jack Sparrow.(Frimodig 2012)

Kuva 20. Aikataulu. (Frimodig 2012)

Kuva 21. Amarillon yökerhopuolen suuntaa-antava pohjapiirustus. (Frimodig 2012)

Liite 1: Mainosjuliste

SOKOS **Amarillo** **HIUS- JA KAUNEUSPISTE** **PilailuPuoti** **Go Go Girls**

esittävät

Enni Frimodigin opinnäytetyö

**MOVIELIKE-
MUOTINÄYTÖS**

ensi-ilta Muodin Yössä

20.4. klo 00.30

AMARILLOSSA.

MUOTINÄYTÖKSEN SUUNNITTELEE JA TOTEUTTAA: enni frimodig. YHTEISTYÖSSÄ: sokos, amarillo, lehtomäen hius- ja kauneuspiste, pilailupuoti pillis, dj tico ja go go girls. DÄÄKSISSÄ: Jaakko lehtonen, Janne laari, atte permanto, ville rantala, ristematti lepola, matti lindholm, jimi penttinen, mikko puustinen, niklas siren, Janne saksa, jesse sipola, juuso kääriäinen ja toni lipsanen. MALLEINA NÄYTÖKSESSÄ: eevi frimodig, essi frimodig, liia sinkkonen, emmi-laura tähtinen, viivi seppälä, nccra pouso, laura santala ja essi nera. STAILAUS: enni frimodig. MEIKKI JA MASKEERAUS: enni frimodig ja liia sinkkonen. KOREOGRAFIA: essi frimodig, eevi frimodig ja liia sinkkonen. AVUSTAJAT: liia sinkkonen ja saara-maria lievenen

Liite 2: Kutsu

