



Sisustuspalvelun muotoilu

HONKARAKENTEELLE
Asiakasymmärryksen avulla

Iisa Laatio

Metropolia Ammattikorkeakoulu

Muotoilun tutkinto-ohjelma

Muotoilija YAMK 2021

TIIVISTELMÄ

Ilisa Laatio

Metropolia Ammattikorkeakoulu

Muotoilun tutkinto-ohjelma YAMK

Sivut: 48 + liitteet

Ohjaaja: Heikki Rajasalo

SISUSTUSPALVELUN MUOTOILU HONKARAKENTEELLE ASIAKASYMMÄRRYKSEN AVULLA

Opinnäytetyön tavoitteena on tuottaa Honkarakenne Oy:lle sisustussuunnittelun palvelukonsepti, joka palvelee erityisesti Sisusta Vapaasti toimituksia ja toimii yleisesti kaupankäyntiä vauhdittavana lisäpalveluna. Lähtökohtana on Honkarakenteen, eli tilaajan tavoitteet, sekä eri asiakasryhmien tarpeet. Osallistamalla tilaajaa päästään yhteiskehittämisen polulle, jonka tavoitteena on saavuttaa asiakasymmärrys. Saavutetun asiakasymmärryksen pohjalta lähdetään etsimään ratkaisuja palvelumuotoilun keinoin.

Tutkimuksen pääpaino on laadullisessa, eli kvalitatiivisessa tutkimuksessa. Tutkimusmenetelminä käytetään havainnointia, kyselyitä ja haastatteluja. Sisustuspalvelutuotteen kehittäminen etenee palvelumuotoilun tuplatimantti -prosessimallia noudattaen. Ensimmäinen timantti keskittyy määrittelyyn ja tutkimustyöhön. Toinen timantti ratkaisujen kehittämiseen ja toteutukseen.

Tutkimuksen tuloksena saavutettiin asiakasymmärrys, jonka pohjalta syntyi palvelupolku kehitysehdotuksineen. Palvelupolkua on tarkoitus yleisesti jatkojalostaa Honkarakenteella ja hyödyntää tulevaisuuden palvelukehityksessä. Opinnäytetyön osalta jatkokehitykseen valikoituivat asiakkaille tarjottavat sisustussuunnittelupalvelut ja kolme erilaista sisustusteemaa esimerkkisuunnitelmineen. Teemat on rakennettu kyselyiden pohjalta ihmisiä eniten kiinnostavien sisustustyylien ja pintakäsittelyiden mukaan.

Avainsanat: palvelumuotoilu, muotoiluprosessi, yhteiskehittäminen, tuplatimantti, asiakasymmärrys

ABSTRACT

lisa Laatio

Metropolia University of Applied Sciences

Master of Culture and Arts YAMK

Pages: 48 + attachments

Instructor: Heikki Rajasalo

INTERIOR DESIGN SERVICES FOR HONKARAKENNE DESIGNED THE BASIS OF CUSTOMER UNDERSTANDING

The aim of the thesis is to provide Honkarakenne Oyj an interior design service concept, which services specially decor freely concept and works generally trade accelerating mission. As a starting point is Honkarakenne's, in other words the subscriber objectives and the needs of different customer groups. Involving subscribers in the process following the path of co-development, mission is the achieve customer understanding. On the basis of the customer understanding reached, we start looking for a solution by means of service design.

The main focus of the research is on qualitative research. The research methods include observation, questionnaires and interviews. Interior design service product development is progressing by services design according to the process model name double diamonds. The first diamond focus on definition and research. Second diamond focus on development of the solutions and implementation.

As a result of the research, customer understanding was reached, on the basis of this, a service path development with proposals was created. The service path is intended to further developed on Honkarakenne and use for future services planning. For further development of the thesis was selected interior design services provided to customers and three different interior design themes which includes their example plans. Interior design themes are building from on the basis of surveys, which are people the most interesting interior design theme and the surface treatment.

Keywords: service design, design process, co-development, double diamonds, customer understanding

SISÄLLYS

| | |
|---|----|
| 1 JOHDANTO | 6 |
| 1.1 Toimeksiantajan esittely | 6 |
| 1.2 Aiheen tausta | 6 |
| 1.3 Ajankohtaisuus | 7 |
| 1.4 Tutkimustavoitteet ja viitekehys | 8 |
| 2 KESKEISET KÄSITTEET | 9 |
| 2.1 Palvelumuotoilu | 9 |
| 2.2 Muotoiluprosessi | 9 |
| 2.3 Yhteiskehittäminen | 9 |
| 3 TUTKIMUSSUUNNITELMA | 10 |
| 3.1 Tutkimuskysymykset | 10 |
| 3.2 Tutkimusmenetelmät | 11 |
| 4 TUTKIMINEN JA MÄÄRITTELY | 12 |
| 4.1 Kilpailija-analyysi | 12 |
| 4.2 Kyselytutkimus | 13 |
| 4.2.1 Kysely hirsirakentamisesta kiinnostuneille kuluttajille | 14 |
| 4.2.2 Kysely Hongan jo rakentaneille Sisusta Vapaasti asiakkaille | 24 |
| 4.2.3 Kysely henkilökunnalle | 27 |
| 4.3 Kyselyiden avulla saavutettu asiakasymmärrys | 29 |
| 4.3.1 Persoonat | 30 |
| 4.4 Palvelupolku | 31 |
| 5 KEHITTÄMINEN JA TOTEUTUS | 34 |
| 5.1 Ideointi | 34 |
| 5.2 Ideoiden sijoittuminen palvelupolulle | 34 |
| 5.3 Prototyypit | 37 |
| 5.3.1 Esimerkki sisustussuunnitelmat | 38 |
| 5.3.2 Sisustussuunnittelupalveluiden hinnoittelu | 40 |
| 5.4 Validointi | 43 |

| | |
|---|----|
| 5.5 Toteutus | 44 |
| 6 YHTEENVETO | 46 |
| 6.1 Vastaukset tavoitteisiin ja tutkimuskysymyksiin | 46 |
| 6.2 Johtopäätökset ja pohdinta | 47 |
| 6.3 Palaute työntilaaajalta | 47 |
| LÄHTEET | 48 |
| LIITTEET | |

1 JOHDANTO

Opinnäytetyössä käsitellään uuden sisustuspalvelutuotteen kehittämistä Honkarakenteelle palvelumuotoilun ja yhteiskehittämisen keinoin. Tässä opinnäytetyössä Honkarakenne Oy:tä kutsutaan myös Hongaksi. Työssä keskitytään erityisesti asiakasymmärrykseen, palvelumallin ideointiin, konseptointiin, prototypointiin ja validointiin, sekä palvelutuotteiden hinnoitteluun. Tarkoituksena on tuottaa saadun asiakasymmärryksen perusteella sisustusmielikuvia asiakaspintaan ja määrittellä palvelutasot eri toimituslaajuuksille, sekä luoda niille hinnasto. Konseptiin sisällytetään muutama valmiiksi määriteltä tyyliuunta, joista muodostetaan esimerkkisuunnitelmat eri palvelutasoille. Konsepti testataan ja validoidaan ennen lopullista tuotosta. Työssä ei käsitellä palvelun viemistä markkinoille, digitaalisia palveluja, eikä sovelluksia.

Johdantoluvussa esittelen toimeksiantajan, eli opinnäytetyön tilaajan. Kerron opinnäytetyön aiheen taustoista ja ajankohtaisuudesta, sekä määrittelen työn tavoitteet ja viitekehyksen. Keskeiset käsitteet luvussa avaan palvelumuotoilun, muotoiluprosessin ja yhteiskehittämisen termejä yleisesti. Tutkimussuunnitelma luvussa esittelen käytetyn strategian, tutkimuskysymykset ja tutkimusmenetelmät. Tutkiminen ja määrittely luvussa esittelen tehtyä tutkimustyötä, avaan kyselyiden sisältöä ja tuloksia tarkemmin, sekä esittelen sen pohjalta saavutettua asiakasymmärrystä. Esittelen myös Hongan palvelupolun. Kehittäminen ja ideointi luvussa kerron ideointivaiheesta ja ideoiden sijoittumisesta palvelupolulle, esittelen prototyypit ja kerron validointi- ja toteutusvaiheista. Lopuksi analysoin tekemääni työtä ja esittelen palautteen työn tilaajalta.

1.1 Toimeksiantaja

Opinnäytetyön toimeksiantajana on Honkarakenne Oy. Suomalainen hirsitalotoimittaja ja hirsirakentamisen edelläkävijä. Perheyriksenä toimintansa aloittanut Honkarakenne on toiminut hirsirakentamisen parissa jo yli 60 vuoden ajan. Nykyään Honkarakenne on pörssiyhtiö, mutta Saarelaisen suvun jäsenet toimivat edelleen yhtenä pääomistajista. Honkarakenne työllistää yli 100 puualan osaajaa tuotannosta myyntiin ja hallintoon. Tehdas sijaitsee Karstulassa ja kaikki rakennukset valmistetaan suomalaisesta PEFC-sertifioidusta männystä tai kuusesta. Honkarakenne valmistaa mm. omakotitaloja, hirsimökkejä ja saunoja yksityishenkilöille ja julkisia rakennuksia, kuten päiväkoteja, kouluja, ravintoloita, hotelleja ja lomakylä yritysasiakkaille ja kunnille, Suomessa ja ulkomailla. Honkarakenne kutsuu itseään alansa edelläkävijäksi erityisesti innovaationsa painumattoman hirsirakenteen vuoksi, josta on ehtinyt kertyä käyttökokemusta jo lähes 20 vuoden takaa. Luonnollinen, turvallinen ja ekologisesti kestävä asuminen on Honkarakenteen mukaan heille sydämen asia ja he ovat sitoutuneet toimimaan kestävä kehityksen periaatteiden mukaan ja noudattamaan ISO 14001 -ympäristöstandardia. Honkarakenteen arvot intohimoinen, välittävä ja rohkea ohjaavat arkea ja viitoittavat kulkusuuntaa.

1.2 Aiheen tausta

Sisustussuunnittelu on omaa ydinosamistani. Olen sisustusarkkitehti ja pyörittänyt omaa yritystäni Design Lisa Laatio Oy:tä jo yli kymmenen vuoden ajan. Asiakkaitani ovat yksityishenkilöt ja yritykset. Yksityisasiakkaileni suunnittelen yhden huoneen tai koko huoneiston käsittäviä tila- ja sisustussuunnitelmia uudis- ja remonttikohteisiin. Yrityksille tarjoan pääasiallisesti toimisto-, liiketila-, liikunta- ja hoitotilojen, sekä ravintola-, edustus- ja majoitustilojen tila- ja sisustussuunnittelua. Palveluihini kuuluvat mm. tilasuunnittelu,

pintamateriaali- ja värisuunnittelu, kiintokalustesuunnittelu, erikoiskalustesuunnittelu, irtokaluste- ja tekstiilisuunnittelu, valaistussuunnittelu, konseptisuunnittelu, konsultointi ja toteutuksen organisointi. Toimin myös Honkarakenteen pääkaupunkiseudun myyntiedustajana ja vastuualueellani on Hongan valmistamien hirsitalojen, -mökkien ja -saunojen myyntityö. Kohtaan työssäni päivittäin Honkarakenteen asiakkaita. Myyntityön lisäksi erityisosaamistani on juuri hirsitalojen sisustussuunnittelu.

Rakennusta suunniteltaessa ja talokauppoja tehdessä täytyy jo hyvin varhaisessa vaiheessa lukita monta sisustustakin koskevaa valintaa. Myyntiedustajan kanssa käydään tarjouspyyntövaiheessa ensin lävitse ja myöhemmin tilausvaiheessa lukitaan rakennuksen tilaratkaisut, huonekorkeus, katemateriaali, ikkuna- ja ovivalinnat, väliseinä- ja sisäkattomateriaalit, sekä väliovet. Hongan laajemmassa Sisusta Vapaasti toimituksessa käsitellään myös lämmitysjärjestelmä, vesikalusteet ja vesipisteiden sijoittelu, sekä valaistus. Sisusta Vapaasti toimituksella tarkoitetaan, että sisäpintojen viimeistely ja kiintokalusteet jäävät kokonaan asiakkaan päätettäväksi ja hoidettavaksi. Toimitus sisältää kuitenkin LVIS- työt kokonaisuudessaan. Toimituksen valmiusaste on noin 65% koko rakennushankkeesta.

Kaikilla edellä mainituilla valinnoilla on lopulta iso vaikutus sisustuskokonaisuuteen riippumatta siitä, kuinka laaja talotoimitus asiakkaalle on talotehtaan puolesta menossa. Asiakkaan voi olla hankalaa hahmottaa, että tiettyjä muutoksia on vaikeaa tai lähes mahdotonta tehdä jälkikäteen ja muutoksista seuraa yleensä aina lisäkustannuksia. Onnistuneen lopputuloksen kannalta olisi tärkeää, että asiakkaalla olisi etukäteen selkeä kuva haluamastaan sisustuksen tyylistä ja budjetista, jotka ohjaisivat väri- ja materiaalivalintoja alusta alkaen toivottuun suuntaan.

Valmiiksi määritellyt tyylistuunnat esimerkkisuunnitelmien avulla auttaisivat asiakasta mahdollisesti hahmottamaan rakennusta visuaalisemmin ja muodostamaan selkeämmän näkemyksen omista toiveista ja tarpeistaan. Honkarakenteella ei ole vielä omaa sisustussuunnittelupalvelua, eikä sisustuskonseptia. On myyjästä kiinni, kuinka suunnittelupalvelua kaipaavat asiakkaat hoidetaan. Joillakin myyntiedustajilla on omassa verkostossaan sisustussuunnittelijoita, joita he suosittelevat. Toisaalta kaikki asiakkaat eivät välttämättä tiedosta kaipaavansa suunnitteluapua, mutta hyötyisivät esimerkkisuunnitelmista ja ehkä käyttäisivät palvelua, jos sitä olisi helposti saatavilla. Opinnäytetyöni aiheena on uuden sisustuspalvelutuotteen muotoilu Honkarakenteelle.

1.3 Ajankohtaisuus

Rakentaminen ja rakennusmateriaalina erityisesti hirren käyttö on tällä hetkellä terveellisyytensä vuoksi kovassa nousussa (Työ- ja elinkeinoministeriö. 2021). Hirsitalojen kysynnän kasvaessa on kuitenkin kasvanut myös tarve entistä laajemmille toimituskokonaisuuksille ja palveluille. Vallitsevan tilanteen ja etätöiden lisääntyessä nekin ihmiset, jotka alun perin eivät olleet aikeissa rakentaa saattavat päätyä rakennuttamaan omakotitaloa. Kaivataan lisää tilaa ja halutaan lähemmäksi luontoa. Tämä luo väistämättä myös uudenlaisia rakentajaprofiileja vakiintuneen asiakaskunnan lisäksi.

Hirsitalopuolella yleinen toimituslaajuus on perinteisesti ollut ulkoapäin valmis talo (nk. vesikattovalmius), jolloin kaupantekovaiheessa tehtäviä valintoja ei ole juuri lainkaan pohdittu sisustuksen näkökulmasta. Esimerkiksi sopimukseen valitaan sisäpuolelta valkoiset ikkunanpokat, mutta myöhemmin projektin edetessä huomataan, että mustat olisivatkin olleet sisustuksen kannalta parempi vaihtoehto. Ulkoapäin valmis talotoimitus soveltuu usein paremmin omatoimiselle rakentajalle, mutta tällä hetkellä yhä useampi kaipaa laajempaa toimitusta, jopa avaimet käteen periaatteella valmiiksi rakennettuna. Ihmiset ovat kuitenkin sosiaalisen median vuoksi aiempaa kiinnostuneempia sisustamisesta ja tietoisempia tarjolla olevista vaihtoehtoista. Perinteiset Muuttovalmis -konseptit ovat usein melko kankeita taipumaan erikoisratkaisuille ja luotu edullisimman markkinoilla olevan materiaalivaihtoehdon varaan. Väri- ja materiaalivaihtoehtojakin on tarjolla melko rajallisesti, ellei asiakas ole valmis maksamaan

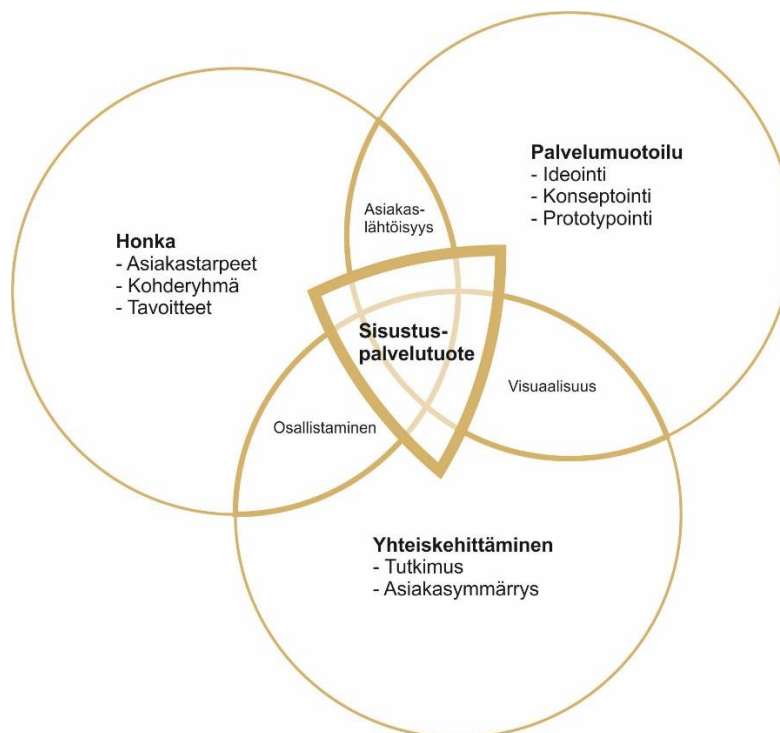
lisähintaa. Sisustus ja materiaalivalinnat ovat kuitenkin se mikä talosta jää viimeisenä näkyviin ja määrittelee suoraan talon arvoa. Sen vuoksi Honkarakenne on halunnut tuoda markkinoille juuri Sisusta Vapaasti palvelun, jotta asiakas saa rauhassa viimeistellä sisustuksen omien toiveidensa mukaan.

Voisiko asiakkaita kuitenkin auttaa valintojen tekemisessä ja saada Sisusta Vapaasti palvelusta talotehtaan kannalta vieläkin toimivamman? Honkarakenne on aina ollut edelläkävijä, jota muut toimittajat ovat seuranneet perässä. Tutkimalla ja luomalla uudenlainen sisustuskonsepti, tulisi se varmasti vahvistamaan Honkarakenteen jo entuudestaan hyvää asemaa markkinoilla ja saisi mahdollisesti muutkin hirsitalotoimittajat pohtimaan omia toimintamallejaan.

1.4 Tutkimustavoitteet ja viitekehys

Opinnäytetyön tavoitteena on tuottaa Honkarakenteelle sisustussuunnittelun palvelukonsepti, joka palvelee erityisesti Sisusta Vapaasti toimituksia ja toimii yleisesti kaupankäyntiä vauhdittavana lisäpalveluna. Tutkimuksen tavoitteena on selvittää minkälainen sisustuskonsepti vastaa parhaiten asiakkaiden tarpeisiin ja selkeyttää myynnin prosessia.

Sisustussuunnittelun palvelukonsepti yhdistäisi suunnittelijan ja asiakkaan jo varhaisessa vaiheessa ja toisi varmuutta asiakkaiden tekemiin valintoihin ja todennäköisesti vauhdittaisi kaupantekoa. Suunnittelijan mukanaolo oletettavasti myös vähentäisi myöhemmin tehtävän lisä- ja muutostyön määrää ja vapauttaisi tältä osin toimihenkilöiden resursseja.



Kuvio 1. Työn viitekehys

Lähtökohtana on Hongan, eli tilaajan tavoitteet, sekä eri asiakasryhmien tarpeet. Osallistamalla tilaajaa päästään yhteiskehittämisen polulle, jonka tavoitteena on saavuttaa asiakasymmärrys. Saavutetun asiakasymmärryksen pohjalta lähdetään etsimään ratkaisuja palvelumuotoilun keinoin. Lopputuotos tulee olemaan vahvasti visuaalinen sisustuspalvelutuote.

2 KESKEISET KÄSITTEET

2.1 Palvelumuotoilu

Palvelumuotoilulla tarkoitetaan monialaista liiketoiminnan ymmärtämistä ja palveluiden asiakaslähtöistä kehittämistä. Palvelumuotoilu on prosessi, johon osallistuu yleensä eri alojen asiantuntijoita. Palveluiden keskiössä on asiakas. Yritysten on ymmärrettävä asiakkaan tarpeet, jotta asiakkaalle osataan tarjota ja kohdentaa oikeanlaisia palveluita (Tuulaniemi 2011, 71). Palvelumuotoilun lähtökohtana on olennaista ymmärtää, mihin tarpeeseen kehitettävä palvelu vastaa tai minkä ongelman se ratkaisee. Palvelut voidaan tuotteistaa paketoimalla eri toimintamallit ja palvelut selkeiksi ja helposti ymmärrettäviksi kokonaisuuksiksi. Palvelutuotteiden tarkoituksena on olla houkuttelevia ja tuottaa asiakkaalle arvoa (Hiltunen 2017, 7). Palvelumuotoilulle tyypillisiä kehittämiskohteita ovat asiakkaan ja palvelutarjoajan välisen vuorovaikutuksen kehittäminen, tarjottavien tuotteiden ja palveluiden kehittäminen, viestinnän, myynnin ja markkinoinnin kehittäminen, yrityksen sisäisten toimintojen kehittäminen, sekä laajemmin koko yrityksen liiketoiminnan kehittäminen. Palvelumuotoilua voidaan hyödyntää yrityksessä useammalla eri tasolla. Strategisella tasolla visioidaan ja asetetaan yritykselle tulevaisuuden tavoitteet. Systeemisellä tasolla luodaan standardeja ja ohjeistuksia palveluiden kehittämiseen. Asiakasrajapinnan tasolla kehitetään yksittäisiä palveluita yksityiskohtineen, sekä asiakkaan ja palveluntarjoajan välistä vuorovaikutusta eri kontaktipisteissä (Koivisto & Säynäjäkangas & Forsberg 2019, 56 - 60).

2.2 Muotoiluprosessi

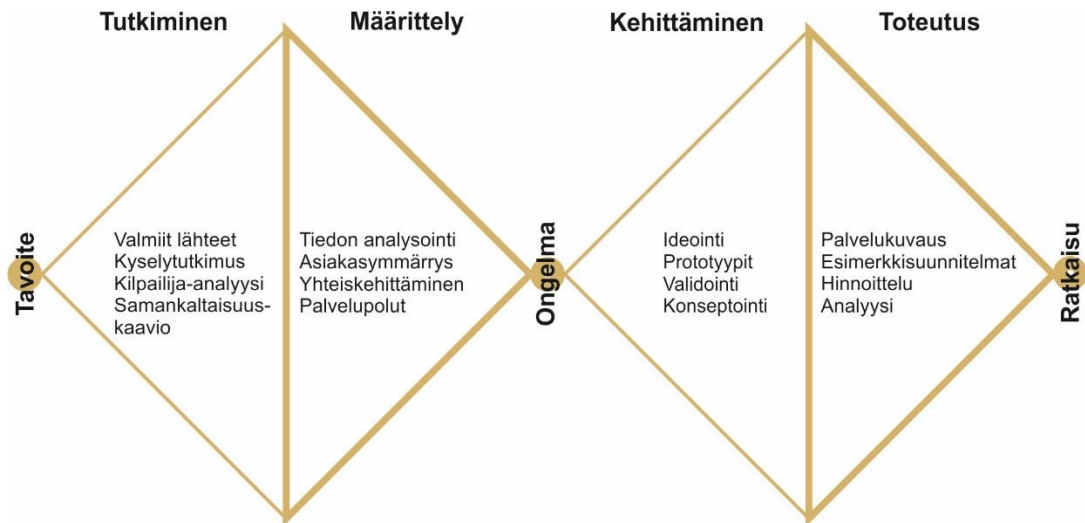
Palvelumuotoiluprosessi etenee loogisesti toistuvan tapahtumaketjun mukaan. Muotoiluprosessin pääpiirteet ovat aina samanlaiset, vaikka toteutusmallit vaihtelevat alakohtaisesti ja eri käytäntöjen mukaan. Jokaisen prosessin tavoitteena on kuitenkin uuden palvelun luominen (Tuulaniemi 2011, 126-128). Muotoiluprosessin avulla lähdetään etsimään ja ideoimaan ratkaisua asiakastarpeeseen. Palvelumuotoilu prosessi etenee vaiheittain tutkimalla, ideoimalla, määrittelemällä, testaamalla ja toteuttamalla. Välillä voidaan palata aikaisempiin vaiheisiin kiteyttämään, ideoimaan, testaamaan ja arvioimaan löydöksiä ja jatkaa taas prosessin vaiheittaista etenemistä. On tärkeää oikeasti malttaa edetä ja tutkia prosessin vaihe kerrallaan, eikä hypätä vaiheiden ylitse omien olettamien mukaan. Muotoiluprosessin tuotoksena on palvelukonsepti, joka vastaa selkeästi kysymykseen ”mitä?”. Palvelukonsepti käsittää kuvauksen tuotettavan palvelun sisällöstä ja sen tuottamisesta. Se kertoo mihin asiakastarpeeseen palvelu vastaa ja minkälaisia asioita se edellyttää palvelun tuottajalta. Visuaalinen esitystapa konkretisoi abstraktitkin asiat helposti ymmärrettäviksi (Hiltunen 2017)

2.3 Yhteiskehittäminen

Yhteiskehittämisellä tarkoitetaan, että kaikki palveluun liittyvät asiat ja näkökulmat huomioitaisiin mahdollisimman laajasti tiedon keräämis- ja analysointivaiheessa. Kaikkien palvelun osapuolten ei kuitenkaan ole tarkoitus olla päättämässä kehitettävästä palvelusta ja sen sisällöstä. (Tuulaniemi 2011, 116) Esimerkiksi asiakkaita ja työntekijöitä osallistamalla saadaan kerättyä tietoa ja ideoita, sekä saavutetaan tärkeä asiakasymmärrys. He eivät ole kuitenkaan päättämässä minkälaista palvelua lähdetään tuottamaan.

3 TUTKIMUSSUUNNITELMA

Sisustuspalvelutuotteen kehittäminen etenee palvelumuotoilun tuplatimantti prosessimallia noudattaen. Ensimmäinen timantti keskittyy määrittelyyn ja tutkimustyöhön. Mitä ongelmaa ollaan ratkaisemassa ja mitkä ovat suunnitteluprosessin tavoitteet tilaajan kannalta? Tutkimuksen pääpaino on laadullisessa, eli kvalitatiivisessa tutkimuksessa. Tutkimuksen tavoitteena on saavuttaa asiakasymmärrys, jonka pohjalta päästään etenemään toiseen timanttiin ratkaisujen kehittämiseen ja toteutukseen (Sticdorn 2018).



Kuvio 2. Palvelumuotoilun Tuplatimantti prosessimalli

3.1 Tutkimuskysymykset

Pääkysymykset

- Minkälainen sisustuskonsepti vastaa parhaiten asiakkaiden tarpeisiin ja selkeyttää Honkarakenteen omaa prosessia?
- Mitä lisäarvoa sisustuskonsepti toisi Honkarakenteelle ja olisiko palvelulle kysyntää?
- Miten palvelumuotoilu sopii tilaajan palvelukehitystarpeisiin?

Alakysymykset

- Mitkä ovat hirsirakentajia kiinnostavat sisustustyyli ja värimaailmat?
- Minkälaista laatutasoa hirsirakentajat tavoittelevat?
- Arvostetaanko valmiiksi mietittyjä sisustusratkaisuja?
- Mikä kodin suunnittelussa tuntuu erityisen haasteelliselta ja mihin suunnittelun osa-alueeseen kaivataan eniten apua?
- Ollaanko yksilöllisestä sisustussuunnitelmasta valmiita maksamaan ja kuinka paljon?
- Voidaanko sisustuspalvelun avulla sitouttaa hirsirakentajia entistä paremmin Hongan asiakkaiksi?

3.2 Tutkimusmenetelmät

Tutkimuksen pääpaino on laadullisessa, eli kvalitatiivisessa tutkimuksessa. Tutkimusmenetelminä käytetään havainnointia, kyselyitä ja haastatteluja.

Laadullisessa eli kvalitatiivisessa tutkimuksessa tutkimusmenetelminä käytetään haastattelua ja havainnointia. Niiden avulla pyritään ymmärtämään tutkittavien henkilöiden mielipiteitä, kokemuksia ja erilaisia näkökulmia. Kerättyä tietoa analysoidaan ja sen pohjalta saadaan muodostettua tarkempaa kokonais kuvaa tilanteesta, jota voidaan hyödyntää esimerkiksi uusien palveluiden- ja markkinointikonseptien kehittämisessä. Määrällinen eli kvantitatiivinen tutkimus taas perustuu laskennallisiin ja tilastollisiin menetelmiin. Laadullisen tutkimuksen avulla voidaan syventää määrällisen tutkimuksen tuloksia (Tuulaniemi 2011, 143)

Kyselyn avulla pyritään tavoittamaan hirsirakentamisesta kiinnostuneita kuluttajia ja selvittämään heidän mieltymyksiään omaan kotiin sopivista sisustustyyleistä ja värimaailmoista, jotta ymmärretään millaiset esimerkkisuunnitelmat puhuttelevat parhaiten juuri hirsitalon rakentajia. Samassa yhteydessä selvitetään myös kuluttajien näkemyksiä sisustussuunnittelupalveluiden tarpeellisuudesta ja laajuudesta, sekä hintatasosta. Sisustuspalvelutuotteen on tarkoitus palvella erityisesti Honkarakenteen Sisusta Vapaasti palvelua. Asiakkaiden tarpeiden ja mieltymysten ymmärtämisen lisäksi tavoitteena on sujuvoittaa palvelun myymistä, tuoda sisältöä näkyvämmäksi, sekä vähentää tilaukseen jälkikäteen tehtävää muutossuunnittelua. Tämän vuoksi toteutetaan toinenkin kysely, joka on suunnattu Hongan jo rakentaneille Sisusta Vapaasti palvelun asiakkaille. Heiltä pyritään selvittämään näkemyksiä koko prosessin sujuvuuteen, tyytyväisyyttä valittuun toimituslaajuuteen, asiakirjojen helppolukuisuutta ja toimitussisällön ymmärtämistä, sekä saamaan kehitysehdotuksia. Henkilökunnasta haastatellaan Sisusta Vapaasti palvelusta vastaavat rakentamis- ja työpäälliköt, sekä palvelua tarjoavia myyntiedustajia. Heiltä pyritään saamaan näkemys palvelun nykytilanteesta ja mahdollisista kehityskohdista. Yhtenä tutkimusmenetelmänä käytetään myös Benchmarkkausta, eli tehdään kilpailija-analyysejä.

Benchmarkkauksella, eli kilpailija-analyyssillä tarkoitetaan toisilta oppimista, jota voidaan hyödyntää oman toiminnan kehittämiseen. Kilpailija-analyyysin avulla kartoitetaan muut alan toimijat ja heidän tarjoamansa tuotteet ja palvelukokonaisuudet. Kerättyä tietoa peilataan omaan toimintaan ja tavoitteisiin. Näin voidaan löytää uusia toimintamalleja, välttää virhevalinnoilta ja erottautua kilpailijoista. Internet ja vierailut yritysten kotisivuilla, sekä kivijalkaliikkeissä ovat hyviä keinoja tiedonhankkimiseen (Tuulaniemi 2011, 138). Havainnointi voidaan jakaa neljään eri vaiheeseen: havainnoinnin suunnittelu, kenttätyö, havaintojen tekeminen, sekä muistiinpanojen tallennus ja purku (Hyysalo 2009, 110-111)

Kaikki tutkimustulokset puretaan läheisyyskaavioksi (Affinity Diagram), analysoidaan ja kiteytetään löydökset. Tiedon keräämis- ja analysointivaihetta toteutetaan yhteiskehittämisenä Honkarakenteen pääarkkitehdin ja markkinointitiimin kanssa. Kyselyiden tavoitteita ja sisältöjä suunnitellaan yhdessä. Myös kyselyiden tuloksena nousseet löydökset analysoidaan ja käynnistetään ideointivaihe yhdessä.

4 TUTKIMINEN JA MÄÄRITTELY

4.1 Kilpailija-analyysi

Käynnistin opinnäytetyön tekemällä kilpailija-analyysia. Näin pystyin paremmin kartoittamaan, minkälaisia palveluita Honkarakenne tällä hetkellä tarjoaa kilpailijoihin verrattuna ja mitä mahdollisesti voitaisiin tarjota enemmän. Kokosin analyysia Miro sovellukseen ja muodostin Research Wall:in, eli tutkimusseinän sähköisten post-it lappujen avulla (kuva 1.). Perustin analyysini jo tiedossani oleviin seikkoihin ja kävin tutkimassa tarkemmin jokaisen kilpailijan omia internetsivuja. Tarkempia tietoja saadakseni tilasin myös joitain sähköisiä esitteitä jättämällä yhteystietoni yritykselle.

| | Kilpailija-analyysi | | | | | | | | | |
|--------------------------------------|----------------------------------|---|--|---------------------------------------|------------------------------------|--|--|----------------------------------|----------------------------------|--|
| | Honka | Kontio | Kimara | Hirsikastelli | Finnlamelli | Honkatalot | Ollikaisen hirsirakenne | Timber-hirsi | Kuusamo hirsitalot | |
| Laajin toimitus yhdellä sopimuksella | Sisusta vapaasti | Sisusta vapaasti Evesa-talot Muuttovalmis | Sisusta vapaasti Muuttovalmis Kiruna-talot | Muuttovalmis | Muuttovalmis | Asennus ulkotettu? ei käy ilmi nettisivuilta | Sisusta vapaasti Evesa-talot | Runkoasennus | Muuttovalmis mallia Kiruna-talot | |
| Tehdas | Oma tehdas | Oma tehdas | Kontion hirret | Hongan hirret | Oma tehdas | Oma tehdas | Hankitaan muita | Hankitaan muita | Oma tehdas | |
| Painumaton hirsi | Ristiinliimattu painumaton hirsi | Ristiinliimattu painumaton hirsi | Ristiinliimattu painumaton hirsi | Ristiinliimattu painumaton hirsi | Perustason riippuvuus asennuksesta | Painumaton hirsi Loppu- ja ruuvaukset | Ristiinliimattu painumaton hirsi | Ristiinliimattu painumaton hirsi | Ristiinliimattu painumaton hirsi | |
| Sisustuskonsepti muuttovalmis | | Kontio Living | K-Raudan mallisto | Sisustuskonsepti valmiit makuuhuoneet | 3 eri sisustus teemaa - Linda Bak | | Yksilöllinen sisustus | | Valmiit sisustukset | |
| | | Esivalitut sisustus ratkaisut | Rajatut vaihtoehdot | Rajatut vaihtoehdot | Esivalitut sisustus ratkaisut | | Valmiit määritellyt yhteistyökumppanit | | Muutokset mahdollisia | |
| | | Materiaaleille laadittu perustaso | Hintaan sisältyvä valkomaailisto | Hintaan sisältyvä valkomaailisto | Materiaaleille laadittu perustaso | | Materiaaleille laadittu perustaso | | Valmiit sisustukset | |
| | | Perustason ylläpidon valinnat | Perustason ylläpidon valinnat | Perustason ylläpidon valinnat | Perustason ylläpidon valinnat | | Perustason ylläpidon valinnat | | Perustason ylläpidon valinnat | |

Kuva1. Tutkimusseinä - Research Wall

Honkarakenteen suurimpia kilpailijoita ovat mm. Honkatalot, Kontio, Kimara, Hirsikastelli, Finnlamelli, Ollikaisen hirsirakenne, Timber-hirsi ja Kuusamo hirsitalot. Honkarakenteen tehdas tosin toimittaa myös joidenkin kilpailijoiden hirret, mutta asiakkaille annetut tarjoukset kilpailevat silti keskenään. Hongalla, Kontiolla, Finnlamellilla ja Kuusamo hirsitaloilla on kaikilla omat tehtaas. Ristiinliimattu painumaton hirsirakenne löytyy Honkarakenteelta, Kontiolta, Kimaralta, Hirsikastelliilta, Ollikaisen hirsirakenteelta, Timber-hirreltä ja Kuusamo hirsitaloilta. Tekniikat tosin hieman vaihtelevat eri toimittajien kesken. Painumaton hirsi on alun perin Honkarakenteen innovaatio ja sillä on pisin näyttö sen käytöstä yli 16 vuoden ajalta. Vasta mallisuojausten umpeuduttua muutama vuosi sitten kilpailijat ovat ottaneet vastaavan kaltaisia ratkaisuja käyttöönsä. Finnlamellin ja Honkatalojen painumattomuus perustuu kokonaan erilaiseen teknologiaan. Kilpailijoista vain Finnlamelli ja Hirsikastelli toimittavat täysin muuttovalmista pakettia yhdellä sopimuksella. Kontio ja Kuusamo hirsitalot ovat rajanneet muuttovalmistuspalvelut erillisen muuttovalmis talomalliston sisälle. Kiiruna Talot toimittavat Kuusamo hirsitalojen muuttovalmiskohteet. Kimara tarjoaa muuttovalmiin ratkaisun K-raudan toteuttamana ja Ollikaisen hirsirakenne Evesa-talojen toimittamana. Honkarakenteen laajin toimitus yhdellä sopimuksella on Sisusta Vapaasti palvelu. Lähes kaikki hirsitalotoimittajat tarjoavat muuttovalmis ratkaisua aliurakoitsijoiden suorittamana erillisenä sopimuksenaan, jolloin hirsitoimittaja vastaa vain omasta toimitussisällöstään ja asennuksesta.

Laajensin benchmarkkausta vertailun vuoksi myös ulkomaisille sivustoille ja muihin kuin hirsitalotoimittajiin. Tavallisia lautatalotoimittajia tutkiessa huomasin, että suurin osa oli ottanut mallistoonsa myös hirren rakennusmateriaalina. Hirret tulevat alihankintana edellä mainittujen hirsitalotoimittajien tehtailta. Tämä kuitenkin kertoo siitä, että hirren kysyntä rakennus - materiaalina on kasvanut merkittävästi ja lautatalotoimittajien on ollut välttämätöntä uudistua ja kehittää ratkaisuita markkinoilla pysyäkseen. Toisaalta monelta hirsitalotoimittajalta on puuttunut valmius muuttovalmistoimitusten hoitamiseen, joka monelta lautatalotoimittajalla on jo hallussa, joten tässä on ollut hyvä sauma toimia yhteistyössä.

Sisustuksen osalta Kontiolla ja Finnlamellilla on valmiiksi mietityt sisustusteemat, joiden pohjalta asiakkaille tarjotaan esivalittuja sisustusratkaisuja, joihin voi halutessaan tehdä muutoksia. Hirsikastelli, Kimara ja Kuusamo hirsitalot tarjoavat rajatut vaihtoehdot hintaryhmittelyyn perustuen omasta mallistostaan. Ollikaisen hirsirakenne luottaa yksilölliseen sisustamiseen ja tarjoilee vain yhteistyökumppanit, joiden mallistoista valintoja voi tehdä. Myös tavalliset lautatalotoimittajat tarjoavat pääsääntöisesti muuttovalmis asiakkailleen valmiiksi rajattua sisustusmallistoa hintaryhmittelyyn perustuen.

Ulkomaisia sivustoja selatessa kiinnitin huomiota siihen, että tarjonta oli lähinnä massiivihirttä. Lamellihiirtä ei ollut käytännössä ollenkaan saatavilla. Suomalaiset tehtaot toki toimittavat myös ulkomaille lamellihiirtä. Myöskään sisustuspalveluita ja kokonaisuuden hallintaa ei ollut juurikaan tuotu esille ulkomaisilla sivustoilla, vaan niissä korostettiin enemmän perinteitä ja käsityötä.

4.2 Kyselytutkimus

Asiakasymmärrystä tutkittaessa on tärkeää pohtia keitä ovat ne asiakkaat, joita yritetään ymmärtää? Kyseessä voi olla maksavan asiakkaan lisäksi myös jokin muu organisaation toiminnan ja menestyksen kannalta tärkeä sidosryhmä. Lisäksi tulevien asiakkaiden tarpeet saattavat poiketa paljon nykyisten asiakkaiden tarpeista. Asiakaslähtöisyydessä on kyse asiakkaan tarpeiden ymmärtämisestä, niihin vastaamisesta ja koko asiakaskokemuksesta. Monissa yrityksissä suhtautuminen asiakkaisiin on usein kuitenkin organisaatiolähtöistä, vaikka asiakas nähdäänkin osana prosessia (Maula & Maula 2019, 42-45)

Keskustelimme Honkarakenteen pääarkkitehdin ja markkinointitiimin kanssa opinnäytetyöhön liittyvistä kyselyistä. Esittelin heille opinnäytetyöni tutkimuskysymykset ja kerroin aikomuksistani toteuttaa kolmelle eri kohderyhmälle suunnatut kyselyt. Kyselyiden kohteena olisivat hirsirakentamisesta kiinnostuneet kuluttajat, Hongan jo rakentaneet Sisusta Vapaasti asiakkaat, sekä henkilökunnasta Sisusta Vapaasti palvelua tarjoavat myyjät ja rakentamispalvelu. Honkarakenteen markkinointitiimi lupasi tukea minua kyselyiden toteuttamisessa. Saisin tehdä kyselyt heidän SurveyPal-ohjelmallaan ja he voisivat lähettää hirsirakentamisesta kiinnostuneille kuluttajille suunnatun kyselyn asiakasrekisteristään löytyville yhteystiedoille Hongan uutiskirjeen mukana. Hongan jo rakentaneiden Sisusta Vapaasti asiakkaiden yhteystiedot saisin rakentamispalvelun kautta ja henkilökunnalle lähtevän kyselyn voisin itse lähettää sähköpostistani löytyville yhteystiedoille. Sovimme, että mietin kaikki kyselyiden sisällöt valmiiksi ja tarkistutan ne vielä heillä ennen niiden lähettämistä. Hirsirakentamisesta kiinnostuneille kuluttajille suunnatun kyselyn sisällöstä keskusteltiin kuitenkin sen verran, että siitä olisi hyvä löytyä useampi erilainen sisustusteema, valmiiksi määriteltäviä palvelutasoja sisustuksille, sekä hinnoitteluun liittyviä kysymyksiä.

Ihmiset ovat yleensä valmiimpia vastaamaan rehellisesti anonyymeihin kyselyihin, mutta niihin saattaa olla vaikeampi saada syvällisiä vastauksia ja tarkentavia lisätietoja. Tämä edellyttää kyselyn laatijalta huolellisempaa pohdintaa kysymysten asettelulle ja tarkentavien lisätietojen mahdollistamiselle (Maula & Maula 2019, 45).

4.2.1 Kysely hirsirakentamisesta kiinnostuneille kuluttajille

Aloitin kyselytutkimuksen pohtimalla opinnäytetyön tutkimuskysymyksiä ja miten saisin parhaiten niihin tarvittavaa tietoa. Halusin selvittää hirsirakentamisesta kiinnostuneilta kuluttajilta heidän mieltymyksiään omaan kotiin sopivista sisustustyyleistä ja värimaailmoista, kartoittaa rakentajien tarvetta talotoimittajan kautta saataville sisustussuunnittelupalveluille, tarjottavien palveluiden laajuutta ja sopivaa hintatasoa. Koska tutkimustyötä tehtiin Honkarakenteelle, näin järkevänä selvittää kyselyjen yhteydessä myös ihmisten näkemyksiä Honkarakenteesta talotoimittajana ja kuinka todennäköisesti he valitsisivat juuri sen. Halusin myös selvittää minkälaista toimituslaajuutta asiakkaat kaipaavat. Sisustustyyliin ja värimaailmoihin liittyvät kysymykset päätin toteuttaa kuvallisena. Pyrin löytämään kuusi toisistaan riittävästi erottuvaa ja suomalaisia yleisesti kiinnostavaa sisustustyyliä. Sisustustyyleiksi valikoituivat lopulta Moderni Skandinaavinen, Rento Boho, Vähäeleinen Minimalistinen, Rouhea Loft, Tyylikäs Klassinen, Ajaton Elektinen, Raikas Saaristolainen, Kodikas Maalaisromanttinen ja Näyttävä Hollywood.

Moderni Skandinaavinen sisustustyyli kuvaa hyvin tämänhetkistä vaaleaa sisustusta, jossa yhdistyvät vaalea puu, valkoinen ja harmaan eri sävyt. Rento Boho on sekoitus eri tyylejä ja värejä. Huolettomuus on tyylin avainsana ja saman tyylin sisällä voidaankin yhdistellä tuulahduksia eri maista. Vähäeleinen Minimalistinen huokuu japanilaista yksinkertaisuutta, jossa kaikki ylimääräinen halutaan karsia pois ja antaa sisätilojen sulautua osaksi ympärillä olevaa luontoa. Rouhea Loft kuvastaa teollista sisustustyyliä, jossa rosoisuus ja elämä saavat näkyä. Tyylille ominaista on luonnonmateriaalien käyttäminen. Tyylikäs Klassinen on ajaton sisustustyyli, joka kunnioittaa perinteitä ja tuo taiteen osaksi sisustusta. Ajaton Elektinen yhdistelee eri tyyliuuntia keskenään tehden sen kuitenkin ajattomasti ja hienostuneesti, ollakseen aina paras versio itsestään. Tyylille ominainen värien käyttö on myös selvästi rohkeampaa. Raikas Saaristolainen henkii merimaisemaa ja on tunnistettavissa raidoista ja sini – valkoisuudestaan. Kodikas Maalaisromanttinen tyyli koostuu yksityiskohdista ja valkoisen sävyistä, ajan patina saa näkyä. Näyttävä Hollywood tavoittelee täydellisyyttä, yksityiskohdat ja ylelliset materiaalit tuovat luksusta sisustukseen. Sain lainata Honkarakenteen kuvapankkia, josta valitsin mielestäni tyylejä parhaiten kuvaavat (kuva 2.).



Moderni Skandinaavinen



Rento Boho



Vähäeleinen
Minimalistinen



Rouheä Loft



Tyylikäs Klassinen



Ajaton Elektinen



Raikas Saaristolainen



Kodikas
Maalaisromanttinen



Näyttävä Hollywood

Kuva 2. Kyselyssä esitetyt sisustusteema vaihtoehdot

Värimaailma kuvauksessa tiedustelin ihmisten kiinnostusta huoneen hallitsevana väriteemana. Käytin suurimmaksi osaksi kuvia, joissa hirsipinnat olivat käsitelty toisistaan riittävästi erottuvien sävyin (kuva 3). Valkoiset sävyt, vaalean puunsävyt, luonnolliset männynsävyt, harmaan/greigen sävyt, ruskeat sävyt, tummat sävyt, pastellin sävyt, murrettut värit, kirkkaat värit.



Valkoiset sävyt



Vaalean puun sävyt



Luonnolliset männyn sävyt



Harmaan/ greigen sävyt



Ruskeat sävyt



Tummat sävyt



Pastellin sävyt



Murretut värit



Kirkkaat värit

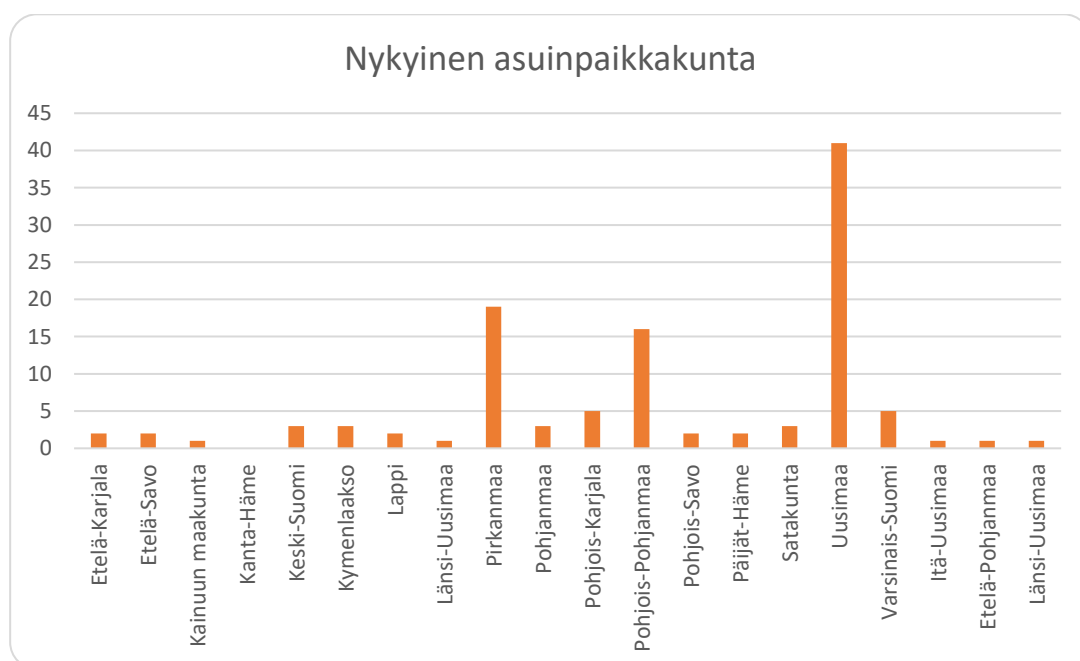
Kuva 3. Kyselyssä esitetyt sisustuksen hallitsevat väriteema vaihtoehdot

Sain kysymysluonnoksista hyviä kommentteja Hongan pääarkkitehdilta ja markkinointitiimiltä. Vaihdoin joitain kuvia niin, että sisustustyyli erottuivat paremmin toisistaan. Pyrin myös löytämään laajemman skaalan eri väri vaihtoehdoista. Markkinointitiimi pyysi kuitenkin minua tarkastuttamaan kyselyiden sisällöt vielä ohjaajillani. Kyselyihin perehtynyt vieraileva ohjaajamme palvelumuotoilija Laura Lerkkanen (Hellon Oy) lupasi tarkastaa kyselyn. Myös oma ohjaajani Heikki Rajasalo kommentoi sitä. Suurimmat muutokset tulivat hinnoittelua koskeviin kysymyksiin, joissa kehoitettiin mm. sopivan hinnan sijaan kysymään, kuinka kiinnostunut olisit näistä palveluista? Ensin olin nimennyt sisustusteemat vain tyylin mukaan esimerkiksi minimalistinen, mutta ohjaajat kehittivät avaamaan ammattilaistermejä helpommin ymmärrettäväksi, jolloin lisäsin tyyliä kuvaavan nimen esimerkiksi vähäeleinen nimen eteen. Muut korjaukset koskivat lähinnä pieniä kysymysasettelujen korjaamisia ja skaalan lisäämistä numeroasteikoihin, sekä Miksi? kysymykselle varattujen avoimien kenttien lisäämistä joihinkin kohtiin. Myös kyselyn fokusta pyrittiin kirkastamaan, että se vastaisi nimenomaan opinnäytetyön tutkimuskysymyksiin ja olisi selkeästi ymmärrettävissä myös vastaajille. Kysely on liitteenä.

Markkinointitiimi päätyi lähettämään kyselyn (Liite 1) Hongan uutiskirjeen mukana asiakasrekisteristä valmiiksi löytyville mahdollisille rakentajille. Kaikki asiakasrekisteriin päätyneet henkilöt ovat hyväksyneet yhteystietojen keräämisen ja antaneet markkinointiluvan. Yhteystiedot on kerätty mm. Hongan nettisivujen kautta, messuilta, talonäytöistä ja muista tapahtumista. Jotta kyselyyn saataisiin mahdollisimman paljon vastauksia, markkinointitiimi päätyi arpomaan kaikkien yhteystietonsa jättäneiden vastaajien kesken Lapuan Kankureiden Viilu-laudeliinan ja 2 kpl saunatyynyjä, palkinnon arvo ~ 96 euroa. Kyselyn saatetekstissä kerrottiin tieto opinnäytetyöstä ja, että kaikki vastaukset käsitellään anonyymisti.

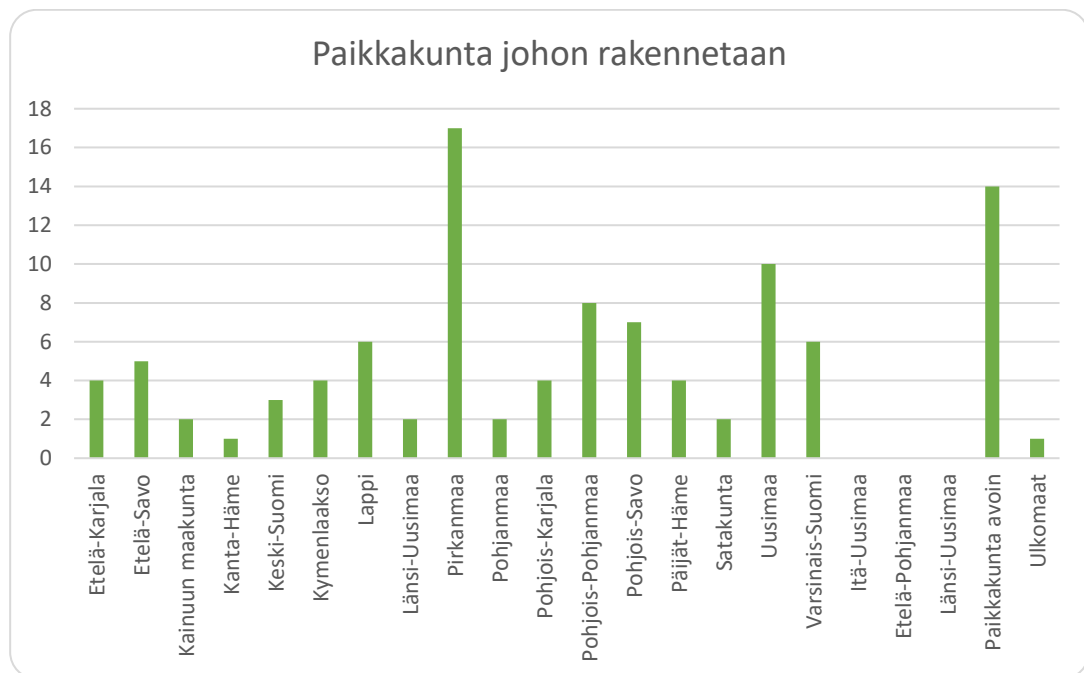
Ennen kyselyn lähettämistä tein kuitenkin vielä testivastaukset ja huomasin, että noin puolivälissä kyselyä ohjelma katkaisi kyselyn, muitakin bugeja löytyi. Sain korjattua ongelmat suhteellisen helposti, mutta oli äärimmäisen tärkeää testata kysely ennen sen lähettämistä, koska viallisella kyselyllä puolet vastauksista olisi jäänyt saamatta. Annoin kyselylle kaksi viikkoa vastausaikaa. Kun kyselyn tilastot näyttivät, ettei uusia vastauksia ollut tullut enää useampaan päivään rupesin purkamaan ja analysoimaan saatuja vastauksia. Tiedossani ei ole kuinka suuri Hongan asiakasrekisterin koko on, eikä sitä ole tarpeen tässä yhteydessä julkaistakaan, mutta vastauksia saatiin testivastaukset pois lukien yhteensä 118 kpl. Kyselyitä purkaessani käytin apuvälineenä Miroa, johon muodostin saaduista vastauksista sähköisten post-it lappujen avulla tutkimusseinän.

Kyselyyn vastanneista 60,83 % ilmoitti olevansa naisia ja 39,17 % miehiä. Eniten vastaajia oli ikähaarukassa 40-49 vuotiaat 29,2 % ja vähiten ikähaarukassa 20-29 vuotiaat 5 %. Ikähaarukka on varmasti osin perusteltavissa tulotason mukaan, kun korkeammassa ikäluokassa työvuosia ja kokemusta, sekä niiden myötä omaisuutta on jo ehtinyt kertyä enemmän. Tämä antaa tietysti paremmat mahdollisuudet rakentamiselle. Suurin osa vastaajista ilmoitti nykyiseksi asuinpaikkakunnakseen Uudenmaan 34,17 %, josta Helsinki, Espoo ja Vantaa olivat eniten edustettuina. Seuraavaksi eniten vastaajia oli Pirkanmaalta 15,83 %, josta asukkaita oli eniten Tampereelta. Kolmanneksi nousi Pohjois-Pohjanmaa 13,33 %, josta asukkaita oli eniten Oulusta ja Kuopiosta. Loput vastaajat jakautuivat tasaisemmin ympäri Suomea.



Kuvio 3. Kyselyyn vastanneiden nykyinen asuinpaikkakunta.

29,2 % vastaajista kertoo, että rakentaminen on tällä hetkellä ajankohtaista. 50% vastaajista kertoo, että rakentaminen on myöhemmin noin 1-3 vuoden sisällä ajankohtaista. Suurin osa 72,5 % vastaajista lähtee rakennushankkeeseen yhdessä puolison kanssa ja 15,8 % yksin. Yksinrakennuttamista olisi kiinnostaa tutkia enemmänkin, koska olen myyntityössäni ja esimerkiksi Facebookin hirsirakentajaryhmästä havainnut, että yhä useampi naishenkilö lähtee yksin rakennuttamaan itselleen kotia tai vapaa-ajanasuntoa. Tarkemmista tilastoista havaintoon liittyen olisi varmasti hyötyä yleisesti Hongan asiakassegmentoinnissa ja palveluiden luomisessa, mutta tämän opinnäytetyön tutkimuskysymysten kannalta tieto ei ole olennainen. Vastaajista 8,3 % lähtevät rakennushakkeeseen perheenjäsenen tai ystävän kanssa ja loput 3,3 % eivät ole ollenkaan aikeissa rakentaa. 16,67 % vastaajista kertoo rakentavansa Pirkanmaalle, josta Tampere ja Kangasala ovat eniten edustettuina. 13,73 % ilmoittaa, että rakennuspaikkakunta on vielä avoin. 9,8 % kertoo rakentavansa Uudellemaalle, joista Helsinki nousee eniten esiin. Rakentamisaikakuntana tilastoissa nousevat asuinpaikkakuntiin nähden selvästi myös Pohjois-Pohjanmaan, Pohjois-Savon, Varsinais-Suomen ja Lapin läänit. Tämä selittyy varmasti osin vapaa-ajanrakentamisella, mutta näin Korona aikana olen myyntityössäni törmännyt yhä useammin tilanteeseen, jossa asiakkaat asuvat tällä hetkellä suurissa kaupungeissa, mutta ovat lisääntyneiden etätöiden vuoksi aikeissa muuttaa kauemmas kaupungista saaden näin enemmän tilaa ja piha-aluetta. Tämäkin olisi varmasti asiakassegmentoinnin kannalta kiinnostava tutkimuksen aihe.



Kuvio 4. Alue, johon ollaan rakentamassa kyselyn perusteella.

Rakennusmateriaalina hirsi on ainoa vaihtoehto lähes puolelle vastaajista 45,8 % ja 41,6 % vastaajista valitsee hyvin todennäköisesti hirren rakennusmateriaaliksi (8-9/ 10).

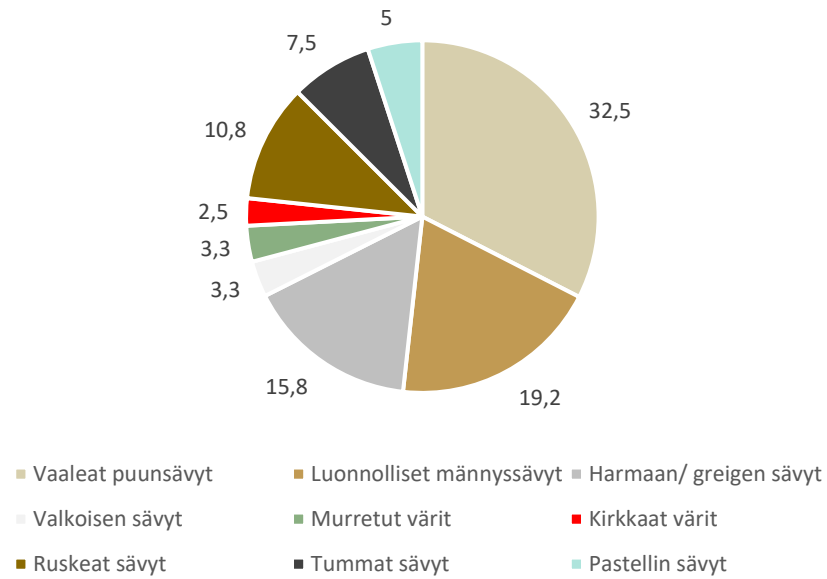
Sisustustyyleistä eniten ääniä sai Rouheea Loft 20,2 % vastaajista (kuva 4) ja vähiten Näyttävä Hollywood 2,5 % vastaajista. Seuraavaksi kiinnostavimmat sisustustyyli olivat Vähäeleinen Minimalistinen 17,6% vastaajista ja Kodikas Maalaisromanttinen 15,1 % vastaajista. Moderni Skandinaavinen ja Raikas Saaristolainen seurasivat molemmat tasaisella 14,3 % kiinnostuksella perässä. Rento Boho, Ajaton Elektinen, Tyylikäs Klassinen jäivät Näyttävän Hollywoodin ohella kiinnostuksessa selvästi alle enemmistön. Yllättävintä on kiinnostus juuri Rouheaa Loft tyyliä kohtaan, kun olisin helposti itse ajatellut, että juuri skandinaavinen tai minimalistinen tyyli olisivat olleet kaikista suosituimmat. Hieman yllättäen myös kodikas maalaisromanttinen kiilasi skandinaavisen tyylin edelle. Vastaajista on kuitenkin pääteltävissä, että hyvin suomalaiset, ajattomat ja luonnonläheiset sisustusratkaisut herättävät kiinnostuksen. Näyttävyys ja luksus ei niinkään innosta. Kysely osoitti myös hyvin, kuinka tärkeää asiakkaan ymmärtäminen on, koska ainoastaan omaan intuitioon nojaten olisin saattanut johtaa suunnittelua eri suuntaan.



Kuva 4. Kyselyssä kiinnostavimmaksi valitut sisustusteemat

Sisustuksen hallitsevista väriteemoista kaikista miellyttävimpänä pidettiin vaaleita puun sävyjä 32,5 % vastaajista. Seuraavana perässä seurasivat luonnolliset männyn sävyt 19,2 % vastaajista ja harmaan/ greigen sävyt 15,8 % vastaajista (kuva 5). Kirkkaat värit kiinnostivat kaikista vähiten, vain 2,5 % vastaajista piti niistä. Myöskään murrettu värit ja valkoisen sävyt eivät kiinnostaneet sisustuksen hallitsevana väriteemana, molemmissa vain 3,3 % vastaajista piti niistä. Tästä voimme päätellä, että aiemmin suurenakin trendinä olleet koko valkoiset sisustukset ovat väistymässä. Ruskeat sävyt kiinnostivat 10,8 % vastaajista, tummat sävyt 7,5 % vastaajista ja pastellin sävyt 5 % vastaajista.

Sisustuksen hallitseva väriteema

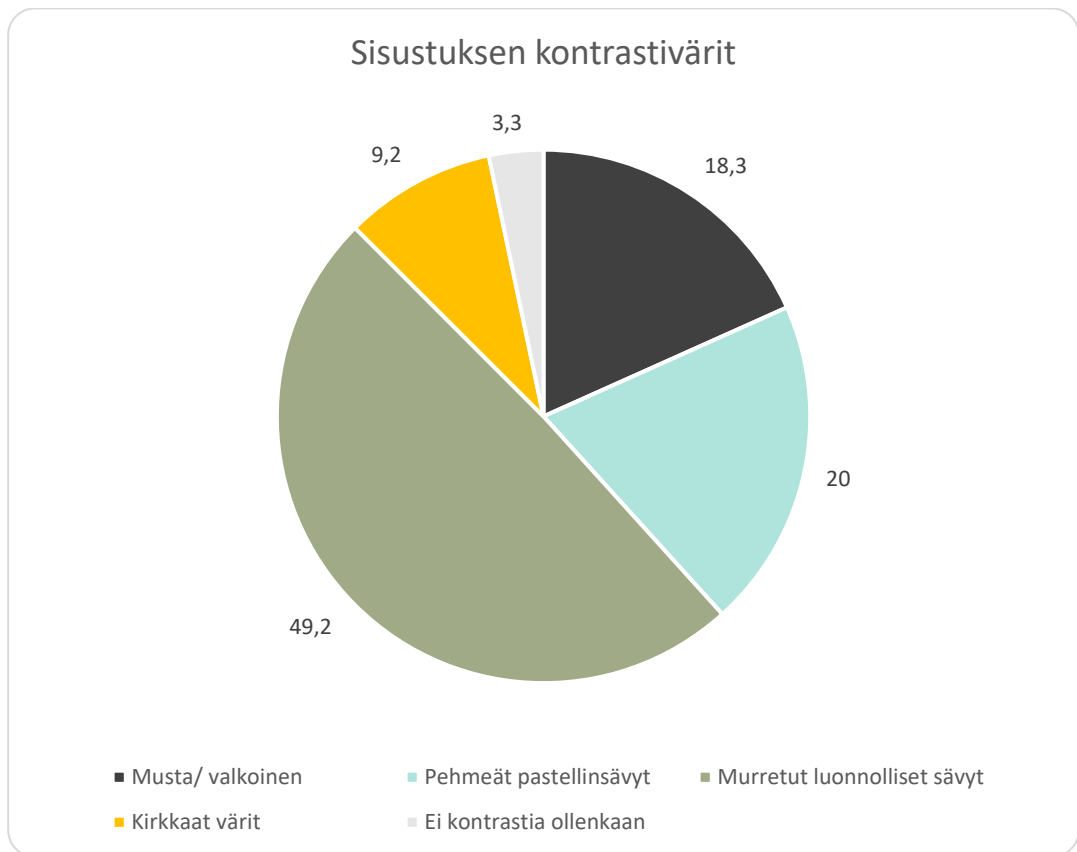


Kuvio 5. Sisustuksen hallitsevana väriteemana miellyttävät kyselyn mukaan.



Kuva 5. Kyselyssä miellyttävimmiksi valitut väriteemat

Sisustuksen kontrastivärinä miellyttävimpänä pidettiin murrettuja luonnollisia sävyjä 49,2 %. Vaikka pastellinsävyt eivät hallitsevana väriteemana miellyttäneet, niin kontrastivärinä siitä piti jopa 20 % vastaajista. Myös perinteinen musta ja valkoinen tehostevärinä piti pintansa, vastaajista 18,3 % piti niistä. Kirkkaat värit kiinnostivat vähiten tässäkin kategoriassa, vain 9,2 % piti niistä. 3,3 % vastaajista ilmoitti, että ei pidä ollenkaan kontrasteista sisustuksessa.

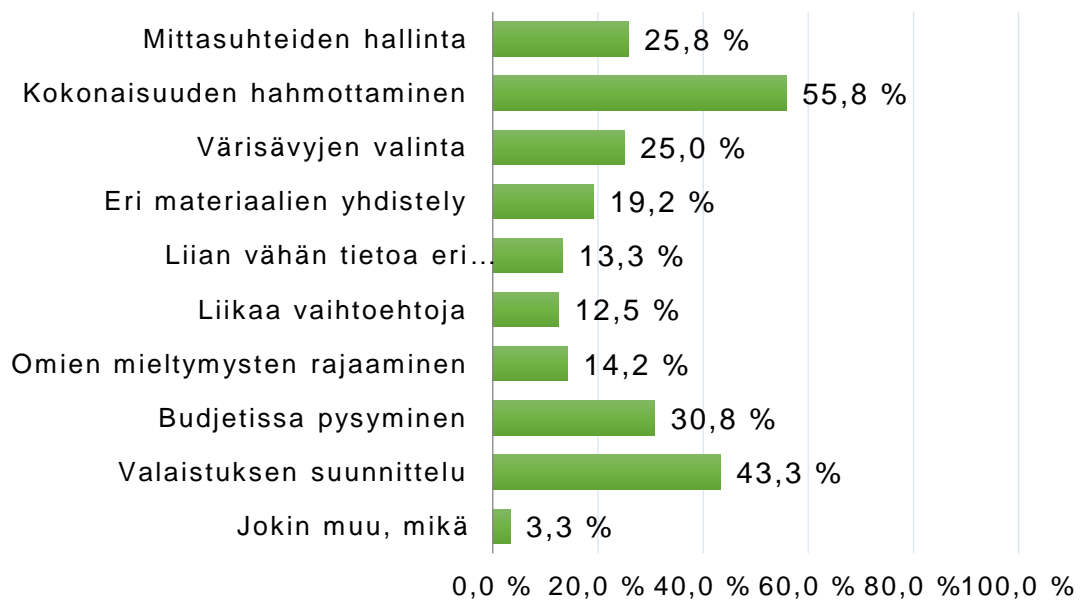


Kuvio 6. Sisustuksen kontrastivärinä miellyttävät kyselyn mukaan.

Materiaalien valinnassa tärkeimmäksi arvoksi nousi kestävyys. Vastaajista 36,7 % piti sitä tärkeänä tai todella tärkeänä. Kestävä materiaali vastaa toki myös ekologisuuteen, koska materiaalia ei tarvitse olla jatkuvasti vaihtamassa. Seuraavaksi tärkeimpänä arvona pidettiin materiaalin ulkonäköä, vastaajista 28,3 % piti sitä tärkeänä tai todella tärkeänä. Eikä ihme, sillä materiaalin ulkonäköhän tietysti määrittelee koko sisustusta. Puhtaana pitoa arvosti 25 % vastaajista. Ekologisuus seurasi perässä, vastaajista 15,8 % piti sitä tärkeänä tai todella tärkeänä. Materiaalin yksilöllisyyttä arvosti 8,3 % vastaajista. Hieman yllättäen materiaalin valinnassa vähiten merkitsi edullinen hinta, vastaajista vain 7,5 % piti sitä tärkeänä tai todella tärkeänä.

Sisustussuunnittelijan tukea kaivattiin eniten kokonaisuuden hahmottamisessa 55,8 % vastaajista. Seuraavaksi eniten tukea kaivattiin valaistuksen suunnitteluun 43,3 % vastaajista. Budjetissa pysymiseen, eli toisin sanoen projektin hallintaan kaipasi apua 30,8 % vastaajista. Myös mittasuhteiden hallinta mietitytti, 25,8 % vastaajista kaipasi siihen tukea. 25% vastaajista ilmoitti kaipaavansa apua värisävyjen valintaan ja eri materiaalien yhdistelyyn 19,2 % vastaajista. Omien mieltymysten rajaamista ei pidetty niin haastavana, vain 14,2 % vastaajista kaipasi siihen apua. Tietoa eri materiaaleista tuntui myös olevan hyvin saatavilla, koska vain 13,3 % kaipasi siihen tukea. Vaihtoehtojen määrä ei myöskään tuntunut hallitsemattomalta, koska vain 12,5 % vastaajista koki, että niitä on liikaa. Vastaajien vapaista kommentteista nousivat tarpeet uusille ideoille ja säilytysratkaisuiden suunnittelulle.

Sisustussuunnittelijan tukea kaivataan eniten

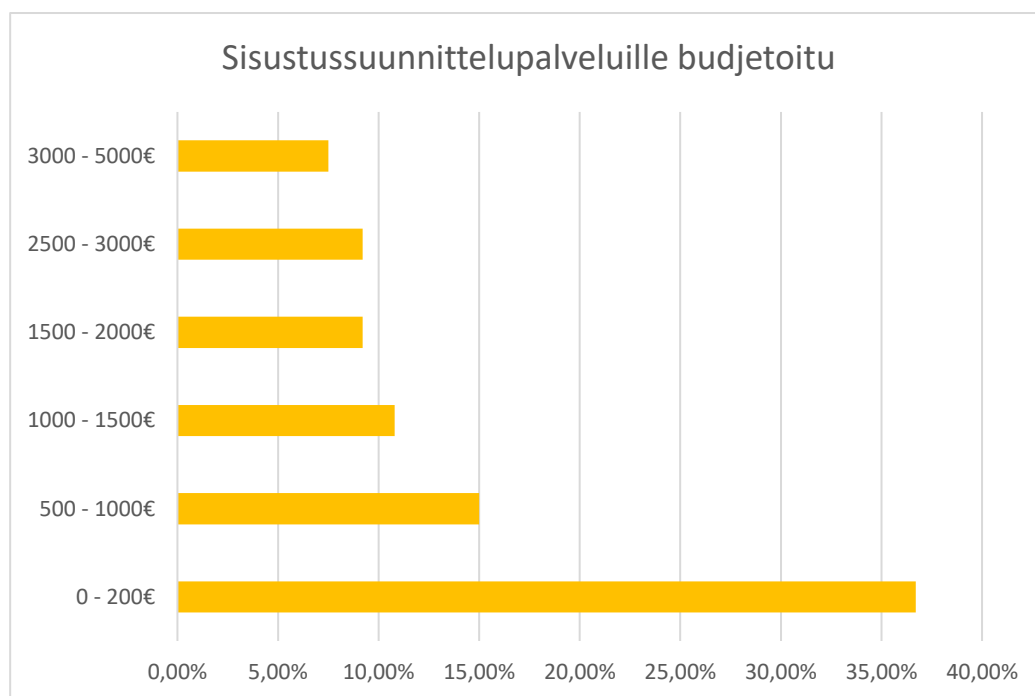


Kuvio 7. Asiat joihin sisustussuunnittelijan tukea kaivataan eniten oman kodin suunnittelussa.

Vastaajista 4,2 % palkkasi sisustussuunnittelijan projektiinsa erittäin todennäköisesti. Hyvin todennäköisesti sisustussuunnittelijan palkkasi 18,3 % vastaajista. Melko todennäköisesti sisustussuunnittelijan palkkasi 29,2 % vastaajista. Vastaajista 8,3 % ei turvautuisi ollenkaan sisustussuunnittelijan apuun ja erittäin pienellä todennäköisyydellä vastaajista 14,1 % palkkasi projektiinsa sisustussuunnittelijan.

Palveluiden laajuutta pohdittaessa, tarjotuista suunnittelupalveluista valaistussuunnittelu herätti eniten kiinnostusta 37,5 % vastaajista piti sitä tarpeellisenä. Myös tilasuunnittelu, eli tilojen toiminnallisuuden tarkastelu ja irtokalustesijoittelu kiinnostivat, 27,5 % vastaajista piti niitä tarpeellisenä. Vastaajista 19,2 % haluaisi hahmottaa sisätilat 3D-visualisointikuvien avulla. Kiintokaluste-suunnittelua toivoi 18,3% vastaajista, kun taas sama määrä vastaajia ilmoitti, että ei tarvitse sisustussuunnittelijan apua ollenkaan. Yksittäinen tapaaminen kiinnosti 17,5 % vastaajista. Kokonaisvaltainen suunnittelu kiinnosti yhtä paljon, kuin värisuunnittelu, kiintokalusteiden, vesipisteiden ja valaistuksen sijoittelu 16,7 % vastaajista. Myös kevyt värisuunnittelu, sekä laajempi pintamateriaali ja värisuunnitelma kiinnostivat molemmat noin 15 % vastaajista. Vähiten kiinnostusta herättivät toteutuksen organisointi ja irtokaluste- ja tekstiilisuunnitelma, jotka jäivät noin 5 % kiinnostuksen tasolle. Vastaajien vapaista kommentteista nousi esteettömyys. Uudisrakennuksethan suunnitellaan tietysti jo lähtökohtaisesti esteettömyys ja rakennusmääräykset huomioon ottaen, mutta voisiko liikuntarajoitteisille olla suunnattu jokin oma suunnittelupalvelu? Toisaalta asiakaskunta on melko marginaalinen ja tarpeet aina yksilöllisiä.

Vastaajilta tiedusteltiin myös hintahaitarin avulla, kuinka paljon he ovat budjetoineet sisustussuunnittelupalveluiden käytölle. Suurin osa vastaajista 36,7 % oli varannut 0 – 200 €. Kuitenkin 15 % vastaajista oli varautunut 500 – 1000 € budjetilla. 10,8 % vastaajista oli varannut 1000 – 1500 € budjetin ja 9,2 % vastaajista oli varautunut 1500 – 2000 € budjetilla, sekä 9,2 % oli varannut jopa 2500 – 3000 € budjetin. Kukaan ei ollut varautunut yli 5000 € budjettiin, mutta 7,5% vastaajista oli varautunut 3000 – 5000 € hintahaarukkaan, jossa 3500 – 4000 € pidettiin jonkinlaisena kattona. Tämän hintanäkemyksen ja suunnittelupalveluiden tarpeen ja laajuuden yhteenvetona pystytään varmasti räätälöimään Hongan asiakkaille sopivat suunnittelupalvelukokonaisuudet.



Kuvio 8. Rakennusbudjettiin varattu summa sisustussuunnittelupalveluille kyselyn mukaan.

Kyselyä varten olikin jo valmiiksi miettinyt erilaisia suunnittelupalvelukokonaisuuksia. Niistä kiinnostavimpana koettiin suunnittelutapaaminen, vastaajista 30 % oli hyvin kiinnostuneita siitä. Myös suunnittelupalvelu 1, eli kevyt suunnitelma koskien rakennuksen peruselementtien värimäärittelyjä sisällä ja ulkona sai saman 30 % kiinnostuksen vastaajilta. Suunnittelupalvelu 2, eli palvelu 1 lisäksi tarjottavat kalusteiden sijoittelu, valaistus ja vesipisteet kiinnostivat hyvin paljon, vastaajista 25,9 %. Suunnittelupalvelu 3, eli täydellinen sisustussuunnitelma herätti myös kiinnostusta, jopa 10,8 % vastaajista oli kiinnostuneita siitä. Kylmäksi ei jäänyt myöskään suunnittelupalvelu 4, eli täydellinen sisustussuunnitelma ja toteutuksen organisointi. Vastaajista 9,2 % oli hyvin kiinnostuneita siitä.

Näin talotehtaan tarjoamat suunnittelupalvelut merkitsivät vastaajille. Valmiiksi luotuja esimerkkisuunnitelmia eri sisustustyyleistä arvostetaan paljon, jopa 40,8 % vastaajista. Myös talotehtaan kautta saatavilla olevaa sisustussuunnittelupalvelua arvostetaan paljon, jopa 36,7 % vastaajista. 29,2 % vastaajista arvosti talomyyjän suosittellemaa sisustussuunnittelijaa. Valmiiksi määritellyjä sisustusvaihtoehtoja ei koettu niin tärkeänä, mutta niitäkin arvostettiin, jopa 24,2 % vastaajista. Minusta tämä kertoo siitä, että Hongan asiakkaat kaipaavat esimerkkejä eri sisustustyyleistä, mutta eivät välttämättä kaipaa rajattua mallistoa, jonka mukaan oman kodin valinnat tulisi tehdä.

Suurin osa toivoi talotehtaalta muuttovalmista toimitusta, jopa 38,3 % vastaajista. Ulkoapäin valmista toimitusta toivoi 30 % vastaajista. Sisäpinnat pintamateriaaleja ja kalusteita vaille valmiina toivoi 26,7 % vastaajista. Omatoimirakentajiksi ilmoittautui vain 5 % vastaajista. Honka on ainoa vaihtoehto talotoimittajaksi 5 % vastaajista. Puolet vastaajista 50 % valitsisi Hongan suurella todennäköisyydellä talotoimittajaksi. Honkarakenteen hyväksi puoliksi mielletään yrityksen koko, kotimaisuus, tuttuus, luotettavuus, laatu, hyvä mallisto, hyvä asiakaspalvelu ja hyvä maine. Negatiivisena koetaan kallis hinta. Vapaisiin kenttiin tuli vastaajilta myös mielenkiintoisia kehitysehdotuksia. Hongan nettisivuille toivottiin sovellusta tai laskuria, jolla voisi muokata toivomaansa mallia itsenäisesti ja saada hintatietoja sen pohjalta. Asiakas voisi sitten valmiin laskeman pohjalta olla yhteydessä myyjään. Hirsitalon miinuspuolena koettiin myös liiallinen puumateriaalien yhdistely, joten puun rinnalle toivottiin muita materiaaleja, kuten mikrosementtilattiaa.

Kysely onnistui mielestäni hyvin. Vastauksia kertyi kiitettävän paljon, otanta oli laaja ja näin ollen kyselyn tuloksiin voi myös luottaa. Vastaajista suurin osa oli pääkaupunkiseudulta. Vastausmääriin vaikutti varmasti se, että kysely lähetettiin Hongan viikkotiedotteen mukana ja sen yhteydessä suoritettiin arvonta. Monet vastauksista olivat pääteltävissä jo ennen kyselyä, mutta joitain yllätyksiäkin tuli. Joka tapauksessa kyselyn avulla saatiin vahvistuksia olettimiin ja tutkimuksellista dataa. Työn kannalta erityisen hyödyllisenä pidin sisustussuunnittelu - palveluiden tarpeellisuuteen, laajuuteen ja hinnoitteluun liittyviä kysymyksiä.

4.2.2 Kysely Hongan jo rakentaneille Sisusta Vapaasti asiakkaille

Hongan jo rakentaneille Sisusta Vapaasti asiakkaille suunnatulla kyselyllä pyrin selvittämään mikä sai asiakkaan valitsemaan Honkarakenteen talotoimittajaksi, yleistä tyytyväisyyttä Honkarakennetta kohtaan koko tilaus- ja toimitusprosessin sujuvuutta, asiakirjojen selkeyttä ja sitä onko toimituslaajuus ollut asiakkaan näkökulmasta riittävällä tasolla. Fokuksen kirkastamiseksi halusin myös selvittää olisiko sisustussuunnittelupalveluille ollut tarvetta tilausvaiheessa ja missä laajuudessa, sekä käyttikö asiakas projektissaan omaa sisustussuunnittelijaa. Hongan pääarkkitehti, markkinointitiimi ja rakentamispalvelu tarkistivat lopullisen kyselyn. Sain ensimmäiseen luonnokseen kommentteja ohjaajiltani kuluttajille suunnatun kyselyn kommentoinnin yhteydessä. Kyselyluonnosta pidettiin yleisesti selkeänä. Koska palvelu on melko uusi ja valmistuneita taloja vasta kourallinen, tutkimus toimii enemmän laadullisena. Kyselyssä on enimmäkseen avoimia kenttiä, jotka tavoittelevat vastaajaa kertomaan omin sanoin näkemyksiään ilman valmiita olettamuksia (Liite 2). Sain asiakkaiden sähköpostiosoitteet rakentamispalvelulta ja markkinointitiimiltä luvan lähettää kyselyn omasta sähköpostistani eteenpäin. Kirjoitin kyselyn saatteeksi tiedot opinnoistani, miksi kyselyä tehdään ja tiedon, että kysely käsitellään anonyymisti. Oli tärkeää, että kyselyyn valittujen henkilöiden sähköpostiosoitteet eivät päädy toistensa tietoon. Harkitsin kyselyn lähettämistä sähköpostin piilokopio toiminnon avulla, mutta luin sitten netistä (Mtv Uutiset. 2016), että piilokopio toimintoa käytettäessä viesti päättyy herkemmin roskapostilaatikkoon, joten päädyin lähettämään kyselyyn osallistumiskutsun jokaiselle vastaanottajalle erikseen.

Vaikka Sisusta Vapaasti palvelu on suhteellisen tuore ja kyselyn kohderyhmä sen vuoksi melko pieni jäi kyselyn osallistujamäärä kuitenkin odotettua vähäisemmäksi, vastausprosentti oli vain 24%. Asiaan vaikutti tietysti pieni otanta, mutta varmasti myös kannustimen puuttuminen, kuten arvonta. Hirsirakentajille suunnatussa kyselyssä käytettiin arvontaa houkuttimena ja se varmasti kannusti useampia ihmisiä vastaamaan kyselyyn. Jäin pohtimaan, että oliko tämä kyselyn toteutustapana oikea. Esimerkiksi henkilökohtaisten haastattelujen kautta olisi ehkä tavoittanut suuremman vastaajamäärän. Toisaalta kuinka moni olisi viitsinyt puhelimesta tai etäyhteyksin käydä kyselyä lävitse ja antaa siihen riittävästi aikaa. Pohdin myös, olisivatko vastaukset olleet erilaisia henkilökohtaisten haastattelujen kautta? Ehkä joitain asioita oltaisiin voitu pohtia syvällisemmin, mutta toisaalta kriittisen palautteen antaminen olisi ollut ehkä asiakkaalle hankalampaa.

Kyselystä kävi ilmi, että ainakin yksi asiakas oli erittäin tyytyväinen Honkarakenteeseen ja ostamaansa palveluun kokonaisuutena. Vastaavasti ainakin yksi asiakas oli erityisen pettynyt Honkarakenteeseen ja ostamaansa palveluun kokonaisuutena. Loput vastaajista olivat yleisesti tyytyväisiä. Hyvä maine, luotettavuus, laatu, tuote itsessään, hyvä myyjä ja ystävien suositukset saivat valitsemaan Honkarakenteen talotoimittajaksi. Vastaajista 42,9 % valitsivat valmiin mallistomallin ja 57,2 % tarpeisiin räätälöidyn mallistomallin tai kokonaan yksilöllisen arkkitehtisuunnitelman mukaisen talon. Yhteistyö myyjän kanssa koettiin yleisesti hyvin sujuvana, joskin asiakkaan toiveiden ja tarpeiden ymmärtämisessä oli parin asiakkaan kohdalla pieniä puutteita. Pienen otannan vuoksi asia voi tietysti selittyä jo pelkästään henkilökemioilla, asiakkaiden omilla odotuksilla ja sillä, kuinka he osaavat kertoa toiveistaan. Toisaalta yksikin pettynyt asiakas on yrityksen näkökulmasta huono asia ja olisi tärkeää löytää oikeanlaiset ratkaisut, jotta asiakkaan toiveet ja tarpeet tulevat hyvin ymmärretyksi riippumatta siitä, kuinka

hyvin asiakas osaa itse tuoda niitä esille. Tarjous- ja tilausasiakirjat koettiin yleisesti selkeinä, mutta tilauksen toimitussisällön ymmärtämisessä oli selviä puutteita. Myyjän rooli tietysti on merkittävä, kun sisältöä käydään yhdessä asiakkaan kanssa lävitse, mutta voisiko sisällön ymmärtämistä siitä huolimatta helpottaa jollain tavalla esimerkiksi havainnollistavien kuvien avulla? Myös tarjolla olevien materiaali- ja väri vaihtoehtojen läpikäymisessä oli jonkin verran puutteita, vastaajista 71,4 % koki, että ne käytiin kohtalaisesti tai heikosti läpi. Ikkunoiden- ja ovien valinta koettiin kuitenkin yleisesti hyvin selkeänä. Myös tilaukseen sisältyvät vesikalusteet, valaisimet ja sähkökalusteet tiedettiin kohtalaisen hyvin. Suurin osa vastaajista oli lopulta tyytyväisiä valintoihinsa. Yli puolet vastaajista 57,2 % olisivat kuitenkin siitäkin huolimatta olleet valmiita maksamaan lisähintaa erikoisratkaisuihin, jos niitä olisi ollut paremmin saatavilla. Tarjotaanko siis liian helposti vain vakiomalleja ja ratkaisuja siitäkin huolimatta, että Hongan asiakkaiden tiedetään arvostavan yksilöllisiä asumisratkaisuja? Hinta täytyy ymmärrettävästi saada edulliseksi tarjouskilpailuvaiheessa, mutta tarjoushinnan päälle voisi optiona tarjota aktiivisemmin eri vaihtoehtoja mm. LVIS-puolelle ja sisustusta koskeviin Hongan toimittamiin valintoihin, kuten paneeleihin. Toinen pohdittava asia on myös, että onko Hongan toimittamissa tuotteissa, kuten kattopaneeleissa ja väliovissa tarpeeksi valinnan mahdollisuutta? Jos asiakkaat jättävät suppean tarjonnan vuoksi sisustus- tai LVIS -tuotteita kokonaan pois toimituksesta, vaikka olisivat todennäköisesti valmiita maksamaan lisähintaa paremmista vaihtoehdoista. Eikö olisi järkevää tarkistaa tai laajentaa tuoterepertuaaria, joka myös nostaisi yhden asiakkaan tuoman katteen määrää.

Yli puolet vastaajista 57,2 % valitsi edelleen Sisusta Vapaasti vaihtoehdon. Sisätöiden määrä kuitenkin myös yllätti. Vastaajien mielestä myyntiprosessi sujui joustavasti ja oli yleisesti hyvä. Ensirakentajista osa kuitenkin koki, että olisi asiakkaana voinut vaatia, kysyä ja varmistaa enemmän asioita, mutta eivät ensikertalaisena osanneet. Tämä on mielestäni asia, joka myyjän tulisi huomioida entistäkin paremmin, että moni asiakas rakentaa ensimmäistä kertaa elämässään ja kaikki rakentamiseen liittyvät asiat ja valinnat ovat uusia. Hongalla onkin hyvin tarjolla kaikenlaisia vinkkilistoja ja jopa hirsibodi, mutta ehkäpä niitä voisi myös aktiivisemmin tarjota asiakkaille tutkittavaksi. Kukaan vastaajista ei ollut kääntynyt sisustussuunnittelijan puoleen omassa rakennushankkeessaan, mutta yli puolet olisi kaivannut sisustussuunnittelijan apua. Kevyt konsultointi, tilasuunnittelu, valaistussuunnittelu ja kiintokalustesuunnittelu koettiin lähes yhtä tarpeellisina. Kaikki vastaajat kokivat erityisesti 3D-visualisointikuvat hyödyllisinä. Sisustusmateriaalien- ja värien valinta koettiin kuitenkin yllättäen vähiten tarpeellisena. Vastaajista 71,4 % uskoi, että valmiiksi määritellyistä esimerkkisuunnitelmista olisi ollut hyötyä omassa rakennushankkeessa.

Yhteistyö Hongan kanssa sujui vastaajien mielestä yleisesti hyvin tai melko hyvin. Myös yhteistyö toimitusvastaavan kanssa sujui yleisesti erittäin hyvin tai hyvin. Toimitusvastaavan roolin ymmärtämisessä oli kuitenkin jonkun verran epäselvää. Voisiko roolia jotenkin selkeyttää asiakkaan näkökulmasta entisestään? Sovituissa toimitusaikatauluissa pysyttiin yleisesti hyvin, mutta sovitussa toimitussisällöissä oli vastaajien mielestä joitain pieniä puutteita. Hongan suunnittelijat saivat hieman kritiikkiä osakseen, että poissaolot ovat sotkeneet rakennushankkeen aikatauluja. Myös kuuntelussa ja asiakasymmärryksessä on ollut vastaajien mielestä puutteita. Nämä ovat tietysti vain yksittäisten asiakkaiden mielipiteitä ja jälleen selitettävissä henkilökemioilla. Joskus suunnittelijakin voi esimerkiksi sairastua ja se voi sotkea yksittäisen rakennushankkeen aikatauluja, mikä on tietysti valitettavaa, mutta toisen henkilön voi olla melko vaikeaa jatkaa toisen suunnittelijan aloittamaa työtä.

Yhteistyö asennustiimin kanssa koettiin yleisesti hyvin sujuvana ja asennusaikatauluissa pysyttiin kohtuullisen hyvin. Asiantuntevuudessa koettiin kuitenkin joitakin puutteita. Lieneekö tässä olevan kyse siitä, että asennustiimillä on perusasiat hyvin hallussa, mutta erikoisratkaisut tuottavat vähän vaikeuksia? Jos Hongan asiakkaat kuitenkin lähtökohtaisesti tavoittelevat yksilöllisiä asumisen ratkaisuja ja talomalleista suurin osa on yksilöllisen arkkitehtisuunnitelman mukaan toteutettuja, pitäisikö sitä huomioida paremmin myös asennuksen osalta ja kouluttaa asennustiimejä lisää? Urakkarajat tuntuivat kuitenkin olevan yleisesti hyvin selkeitä ja asiakkaiden oma rooli työmaalla hyvin tiedossa. Myös suurilta yllätyksiltä välttyttiin melko hyvin, vaikka rakentamisessa usein joitain pieniä yllätyksiä tulee vastaan. Hongan työpäällikkö tuli

tutuksi ja valvoi työmaan sujuvuutta. Eri osapuolten viestinnässä koettiin kuitenkin talotehtaan ja asennustiimin välillä joitakin puutteita. Viestintää olisi varmasti tärkeää parantaa entisestään, jotta virheiltä välttyttäisiin ja ajankäyttö olisi tehokkaampaa. LVIS-puolen asiat tuntuivat kokonaisuutena toimivan vastaajien mielestä erityisen hyvin. Yli puolet 57,2 % suosittelisi Hongan asennusta muillekin.

Kehitysehdotuksena Sisusta Vapaasti palvelulle vastaajat suosittelivat enemmän säännöllistä ja koordinoitumpaa yhteydenpitoa eri tahojen välille. Tässä varmasti viitataan yhteydenpitoon Hongan oman tiimin lisäksi myös ulkopuolisten toimijoiden kanssa, kuten pääsuunnittelija, vastaava mestari ja sisustustiimi. Vastaajat kokivat, että projektissa sujui erityisen hyvin luottamus ja yhteydenpito Hongan ja asiakkaiden välillä, suunnittelu, hirsirungon pystytys, tekeminen, sähköurakointi, aikataulut ja laskutus. Yksittäinen toimitusvastaava ja pystytysporukka saivat nimellä mainitut erityiskiitokset. Huomautettavaa taas löytyi suunnittelusta, valvonnasta, alihankinnasta ja sisätöistä, LVI-urakoinnista, sekä takuuasioista. Vastaajista 71,4 % oli erittäin tai hyvin tyytyväisiä Sisusta Vapaasti palveluun kokonaisuutena ja suosittelisi sitä myös muille. Suosittelijoiden mielestä Honka on osaava ja laadukas yritys, Sisusta Vapaasti palvelu antoi vapaat kädet toteuttaa oman näköinen koti, sopii hyvin monenlaiselle asiakkaalle ja asiat olivat hyvin projektoitu.

4.2.3 Kysely henkilökunnalle

Henkilökunnalle suunnatun kyselyn kautta pyrin selvittämään vähän samoja asioita kuin Hongan jo rakentaneille Sisusta Vapaasti asiakkaille. Kyselyn pääfokuksena oli tunnistaa Sisusta Vapaasti palvelun kehityskohteita ja toisaalta niitä asioita, jotka toimivat jo hyvin. Avoimien kenttien avulla pyrin saamaan mahdollisia kehitysideoita ongelmanratkaisuun. Tavoitteena oli myös testata henkilökunnan näkemyksiä sisustussuunnittelupalveluiden tarpeellisuudesta, laajuudesta, sekä realistisesta hintatasosta. Työstin kyselyä jo aiempiin kyselyihin saamieni kommenttien pohjalta ja osa kysymyksistä olikin melko samanlaisia. Lähetin kyselyn Hongan pääarkkitehdille ja markkinointitiimille luettavaksi. Kysely oli heidän mielestään toimiva, mutta he pohtivat saanko riittävästi vastauksia kyselyyn pienen kohderyhmän vuoksi. Kyselyn kohderyhmäksi valitsin henkilökunnasta Sisusta Vapaasti palvelua tarjoavat myyjät ja rakentamispalvelun. Lähetin kyselyn (Liite 3) eteenpäin omasta Hongan sähköpostistani valitsemalleni kohderyhmälle. Itse kysely oli kuitenkin laadittu niin, että kaikki vastaukset käsitellään anonyymisti ja kerroin siitä myös saatetekstissäni.

Aluksi kyselyyn tuli vain muutamia vastauksia, mutta lähetin viikon kuluttua vielä uuden sähköpostin, jossa muistutin kyselystä ja lopulta vastausprosentiksi saatiin jopa 50 %. Kysely oli kuitenkin suunnattu henkilökunnalle ja sen tarkoituksena on kehittää palvelusta entistä parempi, joten sen vuoksi olisi tietysti ollut toivottavaa, että vastaajia olisi saatu vielä enemmän. Toisaalta ymmärrän hyvin, että kevät on kiireistä aikaa ja kaikilla on kädet täynnä töitä, jolloin kaikki ylimääräinen ajankäyttö karsiutuu pois tehtävälialta.

Henkilökunnan mielestä Sisusta Vapaasti palvelussa toimii erityisen hyvin kysyntä, markkinointi, helppous, selkeät urakkarajat, LVIS-paketin sisältyminen palveluun, yhteyden - pito työpäälliköiden kanssa ja asiakkaiden vapaus sisustusta koskeviin päätöksiin. Jotta palvelun myyminen ja toimittaminen olisi entistäkin sujuvampaa seuraaviin asioihin kaivataan kuitenkin parannuksia; nopeampi tarjouksen saanti, myynnillisempi tarjouksen ulkoasu, toimitustapaseloste kytkettynä tarjoukseen, netissä näkyvät liian alhaiset hinnat totuudenmukaisiksi, myynnin työkalujen parantaminen, mallistomalleille valmiiksi laskettu hinnasto, hintataso on nykyisellään liian korkea, myös yksilölliset talot pitäisi pystyä toimittamaan kustannustehokkaasti, enemmän koulutusta ja vuoropuhelua myyjien ja rakentajien kesken, kaikkien hankkeeseen osallistuvien yhteystiedot selkeästi näkyville, luettelo suositeltavista tekijöistä lopputöihin, vielä selkeämmät urakkarajapinnat ilman muutostyömahdollisuutta. Konseptin koetaan vielä olevan kehitysvaiheessa, eikä mikään voi sanoa toimivan vielä erityisen hyvin.

Yli puolet vastaajista 57,1 % kokee tarjous- ja tilausasiakirjat selkeinä. Asiakirjoista kaivataan kuitenkin yhtä selkeää kokonaisuutta mielellään niin, että toimitustapaseloste olisi kytkettynä varsinaiseen tarjous- ja tilausasiakirjaan, eikä erillisenä liitteenä. Myös lisää kuvia kaivataan. Yksilöllisissä kohteissa suunnitelmat ja sopimus helposti eroavat toisistaan ja urakkarajat muuttuvat vaikeaselkoisemmiksi. Suurin osa vastaajista 78,6 % kokee, että asiakkailta on hankalaa saada päätöksiä valintoihin. Vaikeuksia tuottavat mm. ikkuna- ja ovivalinnat, liian vähän kuvamateriaalia eri vaihtoehtoista, sisustusvalinnat ovat liian aikaisia tehtäväksi tarjousvaiheessa, sopimus vaiheessa ei vielä tiedetä mitä halutaan esim. keittiö- ja märkätilat muuttuvat matkan varrella, sähkö- ja vesipisteiden muutoksia tehdään vielä työmaa-aikana, eikä pääsuunnittelijan kokemusta ei hyödynnetä tarpeeksi. Ratkaisuksi ehdotetaan, että kalusteet, valo- ja vesipisteet varhaisemmassa vaiheessa suunnitteluun. Oman näkemykseni mukaan tämä olisi hyvä ratkaisu. Pohdin myös, että voisiko vastaavan mestarin roolia jotenkin vielä korostaa myyntivaiheessa ja markkinoinnissa asiakkaille? Löytyykö Hongan kanssa toimineista vastaavista mestareista jonkinlaista yleistä luetteloa myynnin tueksi, keitä voisi suositella asiakkaille? Vastaavan mestarin rooli on nimittäin kaupanteko vaiheessakin merkittävä, jos vastaava kokee Hongan hyväksi toimittajaksi, hän suosittelee Honkaa myös asiakkaalle ja näin edesauttaa kauppojen syntymisessä. Kun vastaava mestari tuntee entuudestaan Hongan työskentelytavat, hän osaa myös paremmin ohjata asiakasta mm. valintojen tekemisessä ja aikatauluissa.

Puolet vastaajista on sitä mieltä, että muutostarvetta jo tehtyihin tilauksiin tulee jatkuvasti tai usein. Muutokset koskevat pääsääntöisesti sähkö- ja vesipisteitä, ikkunoita- ja ovia, sekä terasseja. Yli puolet vastaajista 57,1 % on sitä mieltä, että muutokset eivät ole hyödyllisiä, koska ne aiheuttavat niin paljon työtä, että niistä ei saa riittävää korvausta käytetylle ajalle. Joidenkin mielestä muutokset ovat siitä näkökulmasta kuitenkin hyviä, että asiakas kokee tulleen palvelluksi.

Enemmistö vastaajista 78,6 % oli sitä mieltä, että sisustussuunnittelupalvelut olisivat hyödyllisiä jo myyntivaiheessa. Sisustussuunnittelupalvelu toimisi uutena myyntiargumenttina ja toisi lisäarvoa asiakkaalle, asiakas saisi ammattiapua omien ajatustensa tueksi ja kokonaisuus hahmottuisi paremmin, kiintokalusteiden ja vesipisteiden sijoittelu varmistuisi, kun suunnitelma olisi valmiiksi mietitty, ei tarvitsisi korjailla toteutusvaiheessa. Osa vastaajista kuitenkin pohtii, että pitäisikö sisustusvaihtoehtoja jotenkin rajata, jotta ne eivät vaikeuttaisi Hongan urakkaa? Myös kulujen kasvattaminen jännittää, jotta pystytään hintakilpailussa mukana. Pohdintaa aiheuttaa myös sisustussuunnittelupalvelujen tarjoaminen ennen tilausta vai vasta tilauksen jälkeen, että kumpi olisi järkevämpää? Suunnittelijan näkökulmasta katsottuna on parempi aloittaa suunnittelu niistä lähtökohdista, kun juuri mitään ei ole vielä täysin lukittuna. Suunnitteluun kuluu kuitenkin aina aikaa ja käytetyistä tunteista tulisi saada korvaus. Asiakas tulisi siis jollain tavalla sitouttaa tekemään tilaus tai vastaavasti maksamaan tehdyistä suunnitelmista. Nykyisellään Honka tarjoaa rakennuksen suunnitteluun suunnittelupalvelua, jonka asiakas sitoutuu maksamaan, mutta käytetyn palvelun hinta hyvitetään kokonaan, mikäli asiakas tekee tilauksen Hongalta.

Suunnittelupalveluista kiintokalustesuunnittelua, jossa sähkö- ja vesipisteet sijoitellaan oikeille paikoilleen, pidetään Sisusta Vapaasti palvelun kannalta kaikista hyödyllisimpänä, jopa 71,4 % vastaajista oli sitä mieltä. Seuraavaksi tärkeimpänä pidetään toimitukseen sisältyvien sisustusmateriaalien- ja värien määrittelyä, sekä 3D-visualisointikuvia, joissa molemmissa puolet vastaajista oli samaa mieltä. Vastaajista 42,9 % pitää tarpeellisena valaistus - suunnittelua ja tilasuunnittelua, joka käsittää tilojen toiminnallisuuden tarkastelun. Vastaajista 37,5 % kannattaa kevyttä konsultointitapaamista suunnittelijan kanssa. Vastaajat ehdottavat myös kosteiden tilojen laatoitussuunnittelua, sekä Hongan tarjoamana kevyempää suunnittelua, jolloin asiakas voisi kaupanteon jälkeen ostaa lisää palvelua halutessaan. Puolet vastaajista pitää 500 - 1000€ sisustuspalveluista realistisena summana, jos niiden avulla saataisiin kauppa klousattua ja hinta sisällytettäisiin kauppahintaan. 14,3 % vastaajista molemmissa luokissa ehdottaa summaksi 0 – 200 € tai 200 – 500 €. Vastaajista 7,1 % pitää summaa 1000 – 1500 € kohtuullisena, sama määrä vastaajia hyväksyisi myös summat 1500 – 2000 € ja 2500 – 3000 €. Kukaan ei kuitenkaan olisi valmis sisällyttämään yli 3000 € sisustussuunnittelua kauppahintaan.

Sisusta Vapaasti kohteissa viimeistelyvaiheen työt hoitavat useimmiten asiakkaan hankkima urakoitsija 42,9 % vastaajista. Tai myyjän suosittelema yhteistyökumppani 33,7 % vastaajista. Joissain tapauksissa asiakas hoitaa työt itse 14,3% vastaajista tai Hongan oma aliurakoitsija 7,1 % vastaajista. Vastaajista 28,6 % kokee Sisusta Vapaasti palvelun tavoittavan hyvin alun perin muuttovalmista ratkaisua toivoneet asiakkaat ja 57,1 % kokee, että palvelu tavoittaa melko hyvin alun perin muuttovalmista ratkaisua toivoneet asiakkaat. 14,2 % kokee palvelun tavoittavan kohtalaisesti tai tyydyttävästi alun perin muuttovalmista ratkaisua toivoneet asiakkaat. Sisusta vapaasti palvelua myydään tällä hetkellä keskimääräisesti noin 3kpl per. myyjä vuositasolla.

4.3 Kyselyiden avulla saavutettu asiakasymmärrys

Jatkoin kilpailija-analyysistä tuttua Miro sovelluksen tutkimusseinää ja purin kaikkien kyselyiden tulokset ensin omiksi kokonaisuuksikseen. Sitten lähdin yhdistelemään tutkimustuloksia läheisyyskaavioksi, analysoin vastaukset ja kiteytin löydökset. Lopuksi muodostin kaikkien kyselyiden pohjalta kuvallisen yhteenvedon (kuvio 9).

Honkarakenne mielletään luotettavana ja hyvä maineisena talotoimittajana laadukkaine tuotteineen. Hongan asiakkaat hakevat yksilöllisyyttä, korkeaa laatua ja helppoutta. Myös lisähintaiset erikoisratkaisut kiinnostavat, mikäli vaihtoehtoja olisi myyntivaiheessa paremmin tarjolla. Kaikista kyselyistä käy ilmi, että suunnittelupalveluille on tarvetta ja niistä ollaan valmiita myös maksamaan. Suunnittelupalveluita tarvitaan monessa eri laajuudessa. Niistä selvästi kiinnostavimmiksi koetaan valaistussuunnittelu, tilasuunnittelu (tilojen toiminnallisuuden pohtiminen ja irtokalustesijoittelu), sekä kiintokalustesuunnittelu, joka määrittelee mm. sähkö- ja vesipisteiden sijoittelun. Myös valmiiksi määritelty esimerkkisuunnitelmat eri sisustustyyleistä ja 3D-kuvat koetaan tarpeellisina.

Kevyt konsultointi tai rakennuksen peruselementtien värimäärittely hintaluokassa 200 – 500 € sopivat enemmistölle kaikista vastaajista. Myös hintaluokat 500 € – 1000 € ja 1000 € – 1500 € ovat sellaiset, jotka mielletään kohtuullisena ja jonka moni olisi valmis maksamaan tarvitsemastaan suunnittelupalvelusta. Noin 25 % hirsirakentajille suunnatun kyselyn vastaajista olivat myös kiinnostuneita 2000 €:n arvoisesta suunnittelupaketista, joka sisältäisi rakennuksen perusosien värimäärittelyn lisäksi kiintokalustesuunnitelman valo- ja vesipisteineen. Sisustussuunnittelupalveluista ollaan yleisellä tasolla valmiita maksamaan korkeintaan 3000 €. Noin 7,5 % hirsirakentajille suunnatun kyselyn vastaajista oli kuitenkin varannut rakennusbudjettiinsa sisustussuunnittelupalveluita varten 3000 € – 5000 € ja noin 5 % vastaajista oli kiinnostuneita 6900 €:n arvoisesta suunnittelupaketista, joka sisältäisi täydellisen sisustussuunnitelman ja toteutuksen organisoinnin. Tästä voidaan päätellä, että yksittäiset asiakkaat ovat kiinnostuneita myös kokonaisvaltaisesta suunnittelusta ja huomioineet sen jo rakennusbudjetissaan.

Koska Hongan asiakkaat hakevat juuri yksilöllisyyttä ja laatua olisi hyvä, että tarjolla olisi suunnittelupalvelu ja ratkaisuja, jotka pystyvät vastaamaan myös yksilöllisiin tarpeisiin. Ne toisivat lisäarvoa asiakkaille ja vauhdittaisivat näin ollen kaupantekoa. Valmiiksi mietityillä ratkaisuilla voitaisiin vähentää lisätyötä aiheuttavia asiakkaiden muutostarpeita, joka parantaisi Hongan tehokkuutta.

ammattilaisten käsissä, hanke pysyy aikataulussa ja vastuurajat säilyvät selkeinä. Hänelle sopii parhaiten Sisusta Vapaasti toimitus.

Puuha-Pete kuvaa tekijää, joka on mahdollisesti rakennusalan ammattilainen tai hänellä on jo aiempaa rakentamiskokemusta, sekä rakennusalan ammattilaisista koostuvaa verkostoa taustallaan. Hän haluaa johtaa projektia ja pitää kaikki langat käsissään. Tekijä tietää, että pystyy vaikuttamaan kustannuksiin omalla työllään ja valinnoilla. Hänelle ei välttämättä kelpaa talotoimittajan vakioratkaisut vaan haluaa tilata rakennusosat oman näkemyksensä mukaan ja jättää toimituksesta jotain osioita tarvittaessa pois. Hänelle sopii parhaiten pelkkä materiaalityö ja korkeintaan ulkoapäin valmis L-asennus.

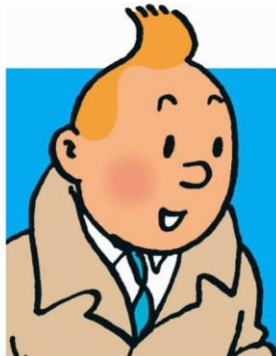
Yleisesti Hongan asiakas arvostaa erikoisratkaisuja, yksilöllisyyttä, kotimaisuutta ja vihreitä arvoja. Hän on todennäköisesti valmis maksamaan enemmän saadakseen haluamansa. Asiakkaat odottavat saavansa palvelua ja kaipaavat laajaa palvelutarjontaa. Honka mielletään laadukkaana, luotettavana ja tunnettuna, hinnallisesti kuitenkin kalliina. Rakentaja on useimmiten 30-59 vuotias pariskunta, joka rakennuttaa itselleen omakotitalon tai vapaa-ajanrakennuksen. Tämä kuvaus soveltuu kaikkiin asiakassegmentteihin.

Visionääri



Roope Anka

Toimelias



Tintti

Tekijä



Puuha-Pete

Kuva 6. Asiakassegmentit Visionääri, Toimelias ja Tekijä.

4.4 Palvelupolku

Palvelupolku muodostetaan kaikista niistä kontaktipisteistä, jotka asiakas kohtaa asioidessaan yrityksen kanssa (Manninen 2012, 6). Palvelupolun tarkoituksena on kuvata ja auttaa hahmottamaan ne kontaktipisteet, joiden kautta asiakaskokemus muodostuu. Palvelupolku kuvataan vaiheittain: palvelun löytäminen, motivaatio, yhteyden muodostaminen, asiakkaaksi saapuminen, tarvekartoitus, palveluiden toteuttaminen, asiakkuuden päättymisen, arviointi ja jatkotoimet. Kohtaamiset palvelupolun eri vaiheissa tuovat näkyväksi prosessin eri vaiheet ja mahdolliset puutteet. Se auttaa saavuttamaan asiakasymmärryksen ja näkemään ne haasteet, joihin on tarve kehittää uusia ratkaisuja (Hiltunen 2017, 14).

Hongan ohjeistuksen ja toimintamallien, sekä oman käytännön kokemuksen pohjalta rupesin hahmottelemaan alla olevaa palvelupolkua (kuvio 10). Beiget hirren päät kuvaavat nykyistä toimintamallia ja etappeja. Keltainen viiva johdattelee asiakkaan etapilta toiselle siinä järjestyksessä kuin prosessi useimmiten etenee. Olen piirtänyt ja suunnitellut palvelupolun kuviot itse CorelDraw ohjelmistolla.

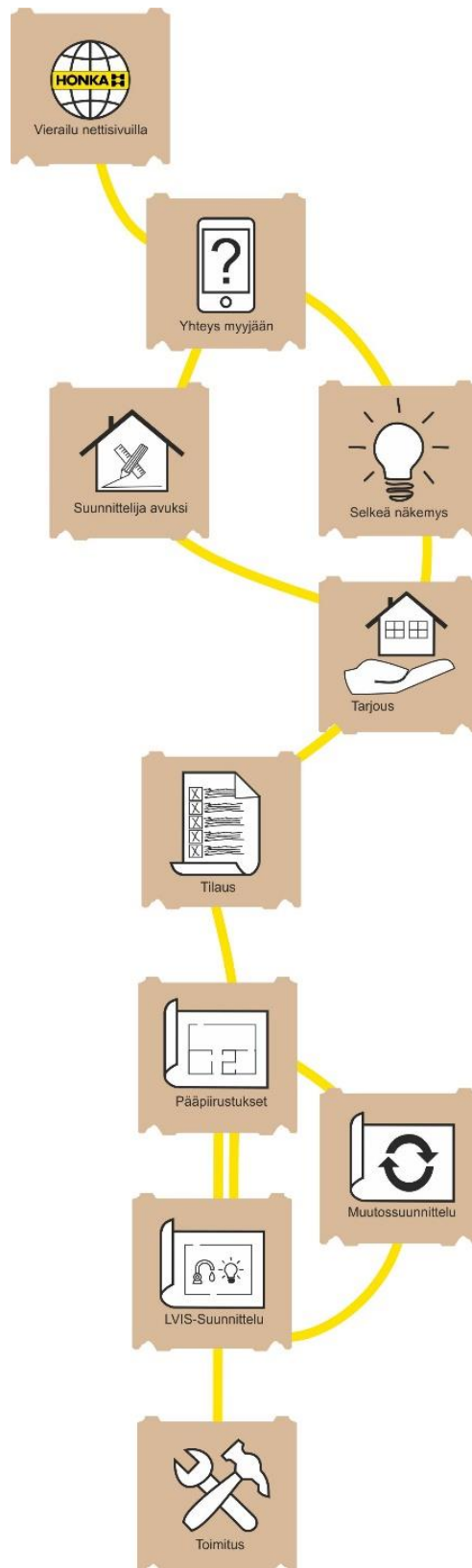
Yleensä asiakas vierailee ensin nettisivuilla ja ottaa sitten yhteyden myyjään. Yhteys myyjään saadaan joko suorana yhteydenottona tai jättämällä yhteystiedot yrityksen nettisivuille, jolloin myyjä lähestyy asiakasta. Keskusteltuaan myyjän kanssa saadaan selville, kuinka edetään.

Mikäli Hongan oma mallisto miellyttää asiakasta ja tontti tai asemakaava eivät aseta suurempia haasteita voidaan lähteä liikkeelle valmiin malliston pohjalta ja edetä suoraan tarjouslaskentaan. Mikäli asiakkaan toiveet eivät kuitenkaan kohtaa valmiin malliston kanssa ja tontti tai asemakaava asettaa omat haasteensa, asiakkaan kanssa solmitaan usein suunnittelusopimus. Suunnittelusopimus on maksullinen, mutta sen hinta hyvitetään kokonaisuudessaan kaupanteon yhteydessä. Se sisältää yksilöllisen luonnossuunnitelman asiakkaan toiveiden mukaan. Luonnossuunnitelman pohjalta saadaan laskettua tarkka tarjous.

Tarjousvaiheessa käydään keskustelua halutusta toimitussisällöstä ja väreistä ja määritellään hinta. Tilaus on tarjousvaiheen viimeinen kierros, jolloin haluttu sisältö lukitaan ja sopimukset allekirjoitetaan.

Tilauksen jälkeen Honka piirtää rakennuksen pääpiirustukset. Vaikka rakennus olisi mallistomalli tulee niihinkin aina omat asiakaskohtaiset muutokset, jotta rakennus saadaan toimimaan parhaiten tontilla ja huomioitua asiakkaan tarpeet. Muutoksia voivat olla esimerkiksi rakennuksen kääntäminen peilikuvaksi, ikkuna- ja oviaukkojen muutokset, sekä mahdolliset huonejakoihin liittyvät muutokset, rakennuksen korkeus, kattokulma, ala- ja yläpohjan muutokset. Mikäli ei ole edetty luonnossuunnittelun kautta, asiakas alkaa usein vasta pääkuvavaiheessa pohtia tarkemmin omia tarpeitaan, jotka helposti lähtevät muuttumaan alkuperäisestä suunnitelmasta ja sopimuksesta poiketen. Se aiheuttaa ylimääräisiä suunnittelukierroksia ja hinnan tarkastuksia tehtaalla, sekä tietysti lisäkustannuksia asiakkaalle. Luonnossuunnitelman kautta edenneillä asiakkailla pääkuvavaihe on usein sujuvampi, koska he osaavat kertoa tarkemmin toiveistaan jo luonnossuunnitteluvaiheessa.

Mikäli asiakas tilaa Sisusta Vapaasti toimituksen sisältyy myös LVIS- suunnittelu mukaan Hongan palveluun. LVIS- suunnittelua lähdetään usein tekemään valmiiden pääkuvien pohjalta ja vasta sitten asiakkaat aloittavat suunnittelemaan tarkemmin keittiötä ja muita kiintokalusteita, joka aiheuttaa usein muutostarpeita pääkuviin, sekä LVIS-suunnitelmaan. Pääpiirustusten valmistuttua asiakkaan pääsuunnittelija voi hakea rakennuslupaa. Kun rakennuslupa on saatu, toimitusehdot poistuvat ja toimitusaikataulu saadaan lukittua.



Kuvio 10. Tutkimustulosten pohjalta muodostettu palvelupolku

5 KEHITTÄMINEN JA TOTEUTUS

5.1 Ideointi

Ideointivaihe on projektin onnistumisen kannalta keskeisin, silloin luodaan alustavia suunnitelmia, joita rajataan ja täsmennetään myöhemmin toteutusvaiheessa. Tärkein lähtökohta projektin ideoinnille on tarpeiden määrittely. Mihin asiakastarpeeseen ollaan vastaamassa? Tavoitteenasettelun rooli onkin merkittävä tai se voi olla jopa projektin pääasiallinen sisältö erityisesti abstrakteissa projekteissa. Ideointivaiheessa on oleellista ymmärtää tilaajan ja asiakkaan tarpeet, sekä tunnistaa projektin toimintaympäristö, organisaatiot ja verkostot, sekä ihmiset niiden takana. Ideointivaiheen alussa kehitetään mahdollisimman paljon luovia ja lennokkaitakin ratkaisuehdotuksia keskeisimpien ongelmien ratkaisuun. Vasta myöhemmissä vaiheissa pohditaan tarkemmin ideoiden realismia ja toteutuskelpoisuutta. Vaiheen onnistuminen edellyttää avointa ja rohkaisevaa ilmapiiriä. Ideoinnin helpottamiseksi keskeisiä ongelmakohtia voidaan lähestyä hieman kauempaa esimerkiksi jakamalla ongelmat pienempiin osiin ja pohtimalla niihin yleisesti liittyviä seikkoja ja etsiä samankaltaisuuksia. Löydökset voidaan ryhmitellä ja yhdistellä uudelleen ja muodostaa niistä uusia tulkintoja. Kaikki ideat kirjataan ylös ja ideointivaiheen lopussa valitaan niistä parhaat ja kehityskelpoisimmat ratkaisut. Ideoiden visualisointi helpottaa niiden esittelyä ja arviointia. Lopullisena tavoitteena on luoda yksi tai useampi projektin tavoitteisiin vastaava ratkaisu, jonka pohjalta lähdetään rakentamaan ensimmäistä prototyyppiä (Kymäläinen & Lakkala & Carver & Kamppari 2016). Ihmiset tyytyvät helposti tavanomaisiin kaikkia miellyttäviin ratkaisuihin, jos eivät tunne luonnostaan vetoa luovaan ajatteluun. Pohjimmiltaan kysymys on ajattelutavoista ja asenteista, eikä älykkyydestä. Luovaa ajattelua ja ongelmanratkaisukykyä voidaan työstää käänteisen ajattelun avulla ja systemaattisella harjoittelulla erilaisten tekniikoiden avulla (Harisalo 2011, 102 - 103). Luovuudeksi voidaan määritellä kykyä luoda uutta ja löytää uusia yhteyksiä eri asioiden välillä. Luovuuden avulla saadaan viltteimmätkin ideat muutettua järkeviksi ja käyttökelpoisiksi (Vehkaperä & Pirilä & Roivas 2013, 24).

Käynnistin ideointivaiheen tutkimalla Miro sovellukseen muodostamaani tutkimusseiniä, johon olin purkanut kyselyistä saamani tulokset. Tutkin myös tutkimustuloksista tekemääni visuaalista yhteenvetoa. Seuraavaksi muodostin ryhmittelykaavion, johon listasin kaikki tutkimustulosten pohjalta tulleet puutteet ja havainnot omien otsikoidensa alle. Sitten rupesin pohtimaan palvelupolkua ja miettimään miten palvelupolun eri vaiheita voisi kehittää tehtyjen havaintojen pohjalta. Tulosten pohjalta visualisoin palvelupolun, johon yhdistin uusia palveluita ja kehitysehdotuksia. Nimesin sen kokonaispoluksi.

Keskeisiksi ideoiksi nousivat nettisivuille lisättävä virtuaalinen suunnittelumalli, jota olisi mahdollista itsenäisesti räätälöidä. Kustannuslaskuri, jossa voitaisiin nähdä omien valintojen vaikutukset lähtöhintaan. Sähköinen ajanvarauskalenteri. Mahdollisuus tilata suunnittelu - sopimus suoraan netistä. Kevyt sisustuskonsultointi avuksi tarjouspyyntövaiheeseen. Valmiiksi luodut esimerkki sisustussuunnitelmat kokonaisuuden hahmottamiseksi. Asiakirjojen selkeyttäminen ja kuvien lisääminen toimitussisältöön. Mahdollisuus sähköiseen alle - kirjoittamiseen. Sisustuspalvelupaketit Hongan tarjoamana, sekä suunnittelijalta tilattavat lisäsuunnittelupalvelut. Yhteydenpidon ja työmaavalvonnan kasvattaminen.

5.2 Ideoiden sijoittuminen palvelupolulle

Kyselyistä saatujen vastausten ja ideointivaiheen pohjalta sijoittelin palvelupolulle keltaisella tähdellä merkittyjä uusia kehitysehdotuksia eri etappeihin (kuvio 11). Vihreät etapit kuvaavat kokonaan uusia palveluita ja musta viiva kertoo vaihtoehtoisesta etenemisjärjestyksestä, miten palvelupolku voisi jatkossa kulkea muodostaen kokonaispolun kehitysideoineen. En näe, että jokainen asiakas toimisi aina samalla tavalla vaan koen, että asiakkaalla olisi vaihtoehtoisia

toimintatapoja. Uusien palveluiden avulla ylimääräisiä mutkia voitaisiin suoristaa erityisesti kaupan jälkeisessä pääkuvasuunnitteluvaiheessa.

Koska asiakas joka tapauksessa useimmiten vierailee nettisivuilla tietoa etsien voisi sinne luoda lisää matalan kynnyksen palveluita. Asiakas ei hahmota vain pelkkää rakennusta ja hirttä rakennusmateriaalina, vaan hän kuvittelee koko kokonaisuuden, miltä tuleva koti tai vapaa-ajan asunto voisi näyttää ja miten se parhaiten toimisi omassa arjessa? Olisikin hienoa, jos asiakas voisi tutustua mallistomalleihin virtuaalisesti ja muokata sinne itsenäisesti omia väri- ja materiaalivalintojaan. Voisiko samalla ajatuksella tehdä myös joitain rakenteellisia, mutta kuitenkin kohtuullisen pieniä muutoksia malleihin esimerkiksi ikkuna- ja ovimuutokset, suora tai korkea sisäkatto jne. Tämä itsenäinen räätälöintimahdollisuus voisi myös ohjata hinnoittelua. Mallisto voisi olla perus hinnoiteltu ja sen päälle tulisi asiakkaan omien valintojen ja muutosten lisäkustannukset, jolloin asiakas hahmottaisi paremmin mistä kokonaishinta muodostuu ja pystyisi etukäteen priorisoimaan itselleen tärkeät asiat. Nettisivuilla voisi myös olla ajanvarauskalenteri, josta asiakas voisi valita itselleen sopivan tapaamisajan ja sijainnin valitsemansa edustajan kanssa. Nettisivujen ajanvarauskalenterin lisäksi sieltä voisi löytyä mahdollisuus tilata suunnittelusopimus itsenäisesti. Mikäli suunnittelusopimusta tilattaessa myyjä ei olisi vielä tiedossa voisi tilaussopimus kirjautua diiliin alueen edustajille, kuten muutkin nettisivuilla tehtävät esitetilaukset.

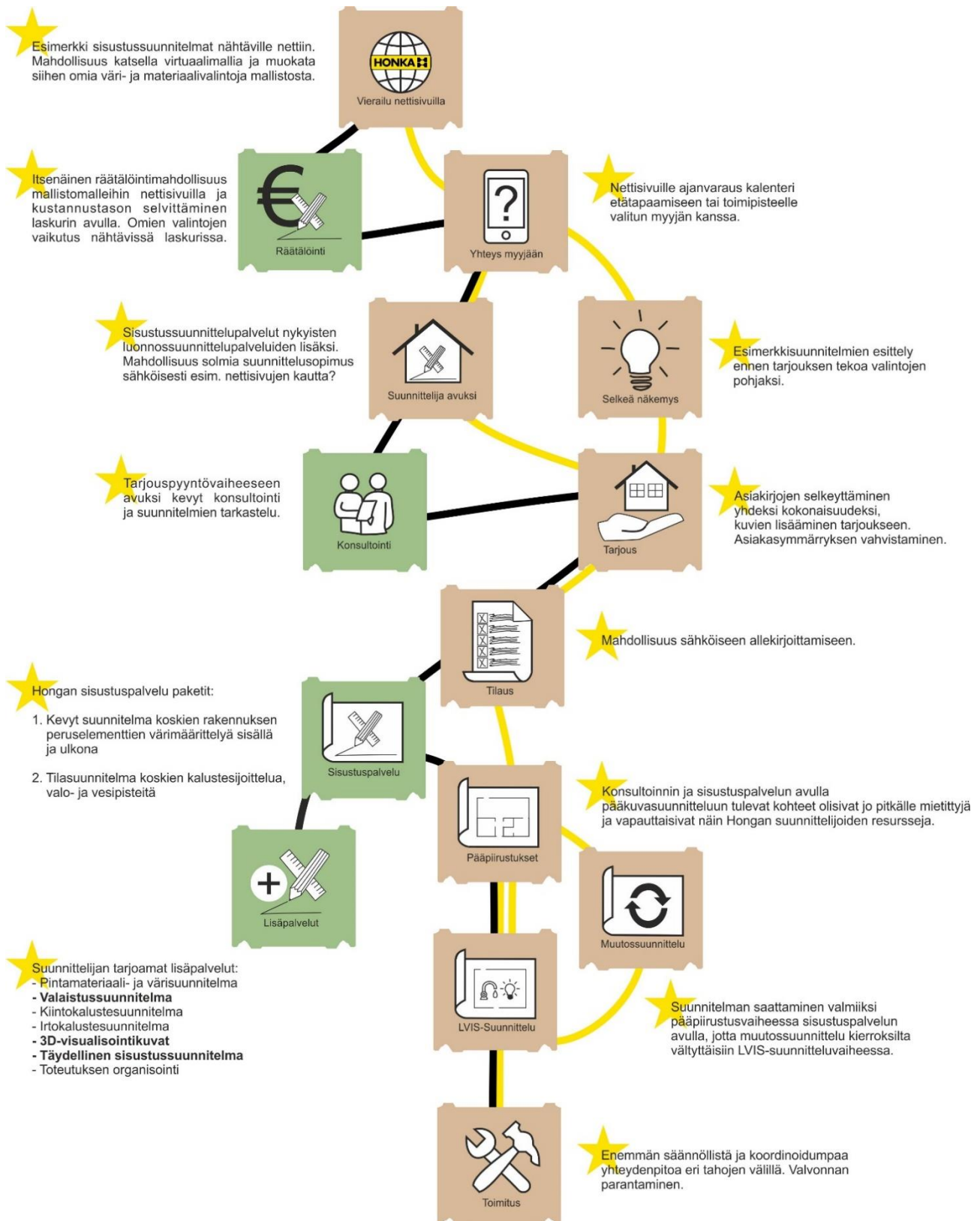
Nykyisten suunnittelupalveluiden lisäksi voitaisiin tarjota lisäksi myös sisustussuunnittelu - palvelua. Tarjouspyyntövaiheessa sisustussuunnittelijan apu voisi olla kevyempää esim. kevyt konsultointi ja suunnitelmien tarkastelu. Sisustuskonsultointi voisi olla asiakkaalle etukäteen laskutettava palvelu, jonka hinta hyvitetäisiin tilauksen yhteydessä. Niille asiakkaille, jotka etenevät valmiin malliston pohjalta ilman Hongan suunnittelusopimusta olisi hyödyllistä esitellä esimerkki sisustussuunnitelmia valintojen pohjaksi, jotta tarjous saadaan kohdennettua mahdollisimman oikein asiakkaan tarpeiden mukaisesti.

Asiakirjojen selkeyttäminen yhdeksi kokonaisuudeksi ja kuvien lisääminen tarjoukseen vahvistaisi asiakasyymmärrystä. Esimerkiksi poikkileikkaus rakennuksen osista ja materiaalikuvat auttaisivat hahmottamaan paremmin tarjouksen sisältöä. Vallitsevan koronatilanteen vuoksi kaupankäynti on siirtynyt entistä enemmän etäyhteyksien päähän ja etätyöskentely tulee varmasti myös jatkossa olemaan yksi toimintamalli. Tämän vuoksi olisi tärkeää, että kauppasopimusten allekirjoittaminen onnistuisi myös sähköisesti.

Tilauksen jälkeen voitaisiin tarjota Hongan toimesta kahdenlaisia sisustussuunnittelupalvelu - paketteja. Palvelupaketti 1 olisi sisällöltään kevyt suunnitelma koskien rakennuksen peruselementtien värimäärittelyä sisällä ja ulkona. Palvelupaketti 2 käsittäisi tilasuunnitelman koskien kalustesijoittelua, valo- ja vesipisteitä. Suoraan suunnittelijalta ostettavana lisäpalveluna asiakas voisi tilata pintamateriaali- ja värisuunnitelman, kiintokaluste - suunnitelman, irtokalustesuunnitelman, 3D-visualisointikuvat, sekä täydellisen sisustus - suunnitelman ja toteutuksen organisoinnin.

Kun suunnitelma ja asiakkaan tarpeet olisi käyty sisustussuunnittelijan kanssa etukäteen lävitse ennen pääkuvien piirtämistä välttäisi ylimääräisiltä muutoskierroksilta pääkuva- ja LVIS-suunnitteluvaiheessa ja näin ollen vapautettaisiin Hongan omien suunnittelijoiden kapasiteettia muihin suunnittelukohteisiin.

Toimituksen ja asennuksen yhteydessä toivotaan kyselyiden pohjalta enemmän säännöllistä ja koordinoitumpaa yhteydenpitoa eri tahojen välille, sekä työmaavalvonnan parantamista.



Kuvio 11. Tutkimustulosten pohjalta muodostettu kokonaispolku kehitysehdotuksineen. Ylhäältä alas asiakkaan kulkema polku läpi Hongan toimitusketjun.

5.3 Prototyypit

Hongan kanssa ennalta sovittujen tavoitteiden mukaan päätin tämän opinnäytetyön puitteissa keskittyä esimerkki sisustussuunnitelmien luomiseen, tarjottavien sisustusspalveluiden kehittämiseen, paketointiin ja hinnoitteluun, sekä viedä niitä eteenpäin aina toteutukseen asti.

Prototyyppien tarkoituksena on konkretisoida kehitettävää ideaa, jotta tilaajalle välittyy ymmärrys siitä, mitä ollaan tekemässä. Konkreettinen prototyyppi havainnollistaa asian siten, että kaikki osapuolet ymmärtävät sen samalla tavalla. Pelkkä sanallinen esitys on liian tulkinnanvarainen ja jättää liikaa tilaa mielikuvitukselle (Hassi & Maila & Paju 2015). Prototyypit käsittelevät suoraan tai epäsuorasti koko palvelua, valittua palvelun osaa, fyysistä tai digitaalista tuotetta. Prototyyppi voi keskittyä kokonaisvaltaiseen asiakaskokemukseen tai yksittäiseen prosessin vaiheeseen (Sticdorn 2018).

Hongan asiakkaiden tarpeisiin ideoidut sisustussuunnittelupalvelut olisivat suunnittelu - tapaaminen, suunnittelupalvelu 1 ja suunnittelupalvelu 2. Suunnittelutapaamisen pohjalta asiakas saisi lyhyen muistion käydystä neuvottelusta. Suunnittelupalvelu 1 sisältäisi Hongan toimittamien rakennuksen peruselementtien värimäärittelyn sisällä ja ulkona. Se tarkoittaisi käytännössä ulkokaton materiaalin- ja värin määrittelyä, hirsiseinien värimäärittelyä sisällä- ja ulkona, väliseinien värimäärittelyä, väliovien malli- ja värimäärittelyä, ikkunoiden- ja ulko-ovien malli- ja värimäärittelyä, sisäkattojen materiaalin- ja värin määrittelyä, terassilautojen ja saunan lauteiden ja panelointien määrittelyä, sekä mahdollisen Hongan kautta toimitettavan lattialaudan tai parketin malli- ja värimäärittelyä. Suunnitelma laadittaisiin asiakkaan kanssa käydyn tapaamisen pohjalta. Suunnitelma sisältäisi pohjapiirroksen tehtävät merkinnät ja materiaaliluettelon. Suunnittelupalvelu 2 sisältäisi tilasuunnitelman, jossa kiinto- ja irtokalusteet olisi sijoitettu pohjapiirroksen oikealla tavalla asiakkaan toiveiden mukaisesti. Myös valo- ja vesipisteet merkittäisiin oikeille paikoilleen. Tämä loisi hyvän pohjan tulevaa tarkempaa kiintokaluste- ja LVIS suunnittelua varten. Vaikka suunnitelma ei sisällä kiintokalustepiirustuksia tai tarkempia valaisinmäärittelyjä käytäisiin asiakkaan kanssa tarjolla olevia vaihtoehtoja myös visuaalisesta näkökulmasta palaverin yhteydessä lävitse. Tämän pohjalta voidaan lukita kodinkoneiden ja vesipisteiden sijoittelu ja tiedetään minkä tyyppistä valaistusta asiakas toivoo mihinkin tilaan. Esimerkiksi tuleeko huoneen keskelle tavallinen riippuvalaisin vai halutaanko tila mieluummin valaista spoteilla tai epäsuoraa valaistusta käyttäen. Pohjapiirroksen lisäksi suunnitelma sisältäisi muistion valituista ratkaisuista jatkosuunnittelua varten.

Asiakkaille tarjottavien suunnittelupalveluiden lisäksi olen laatinut Hongalle kolme erilaista sisustusteemaa esimerkisuunnitelmineen (Kuva 7. ja Liite 4). Teemat on rakennettu kyselyiden pohjalta ihmisiä eniten kiinnostavien sisustustyylien ja pintakäsittelyiden mukaan. Nimesin teemat kuvailemaan sen alkuperäistä kyselyssä mainittua sisustustyyliä. Teemat ovat rouhea Loft nimeltään Rock, vähäeleinen minimalistinen nimeltään Zen ja kodikas maalaisromanttinen nimeltään Country. Rock tyyli on ominaista luonnollisen puun sävyiset hirret, luonnon materiaalit, kuten kivi. Voimakkaat kontrastit ja kuosit, sekä pintojen rosoisuus. Se saa inspiraationsa luonnon monimuotoisuudesta. Zen puolestaan on hyvin harmoninen ja vähäeleinen. Vaaleat hirret yhdistetään luonnonläheisten sävyjen kanssa vähäisin kontrastieroin ja hennoin kuosein. Zen saa inspiraationsa Japanista. Country huokuu romantiikkaa, hirret käsitellään lämpimän harmaaksi, muut pinnat ovat vaaleita ja pastellin pehmeitä. Yksityiskohdat ovat koristeellisia ja kulutettuja. Inspiraationsa Country saa nimensä mukaisesti maaseudulta.



Kuva 7. Sisustustyyli Rock, Zen ja Country (suuremmat kuvat liite 4.)

5.3.1 Esimerkki sisustussuunnitelmat

Ideoiden visualisointiin sain apua Muotoilun opiskelijalta Tia-Maria Niskaselta (Xamk), joka mallinsi 3D visualisointikuvat laatimani ideakollaasin ja antamani ohjeistuksen pohjalta omana koulutyönään. Honka toivoi, että esimerkisuunnitelmat toteutettaisiin heidän Vilja -malliin. Vilja edustaa kaupunkiin soveltuvaa modernia latotyyliä, joka on suunniteltu perinteikkäillä ikkunaruuuilla toteutettavaksi. Asiakas saa kuitenkin tilausta tehdessä määritellä tuleeko ikkunat ruuduilla vai ilman. Country sisustustyyliässä ikkunaruuut ovat aidoimmillaan. Zen tyylin kanssa ne eivät sovellu, mutta Rock on tyyliä joustavampi. Mikäli kokonaisilmeestä halutaan perinteisempi voi ikkunaruuut yhdistää yhtä hyvin myös Rock tyylin kanssa.

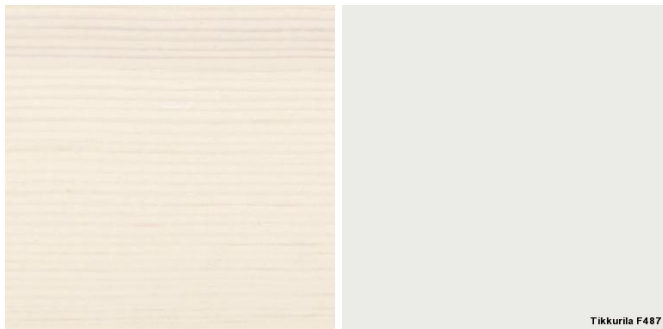
Pyrin rajaamaan käytetyt materiaalit vain muutaman toimittajan mallistoihin, jotta suunnitelmien toteutus olisi mahdollisimman yksinkertaista. Laatat ovat italialaisten tehtaiden mallistoa, joita Laattapiste Collection maahantuo. Parketit ovat Timberwisen mallistosta. Hirren kuultavat sävyt ovat Teknoksen värikartasta, jotka ovat sävytettävissä Tikkurilan tuotteisiin. Muut seinämaalit ovat Tikkurilan omista värikartoista. Keittiöt ja muut kiintokalusteet eivät ole sidottuja vain yhteen toimittajaan, vaan vastaavat ratkaisut ovat saatavilla useammalta eri keittiötoimittajalta.

Rock tyyliässä (Liite 5) hirret sävytetään luonnollisen puun sävyiseksi (Teknos T3070) ja estetään seinien tummuminen ja kellastuminen UV-suojan avulla. Väliseinät maalataan lähes vaalealla aavistuksen beigeen taittavalla sävyllä (G485 Kanvaasi). Kontrastit valitaan luonnonläheisistä beigen ja greigen sävyistä. Ikkunat- ja ovet, sekä väliovet ovat mustat. Lattiassa käytetään voimakas kuosista tummanharmaata kivilaattaa ja makuuhuoneissa seinän sävyyn soveltuvaa lankku parkettia. Kattoon valitaan joko hirsiseinän sävyinen rima, valkoiseksi maalattu paneeli tai tasapintainen kipsilevy. Keittiökaapistot ja muut kiintokalusteet ovat sileää, hiilen mustaksi maalattua koivua, joihin yhdistetään mustat vetimet. Työtasot ovat mustaa graniittia, kvartsia tai keramiikkaa. Huonekalut ovat tyyliä rentoja ja jyräviä, sekoitus uutta ja vanhaa, joissa on käytetty luonnonmateriaaleja, pintojen rosoisuus saa näkyä.



Kuva 8. Teknos T3070 ja Tikkurila G485 Kanvaasi

Zen tyylissä (Liite 6) hirret sävytetään vaalean puun sävyiseksi (Teknos T3026). Väliseinät maalataan lähes valkoiseksi (F487 Höyhen). Kontrastit pidetään mahdollisimman vähäeleisinä ja sävyerot pieninä. Ikkunat- ja ovet, sekä väliovet ovat valkoiset. Lattiassa käytetään hentoa betonikuosista vaaleaa laattaa ja makuuhuoneissa harmahtavaa lankku parkettia. Katto pidetään mahdollisimman yksinkertaisena ja siihen soveltuu parhaiten valkoiseksi maalattu kipsilevykatto. Vaihtoehtoisesti voidaan kuitenkin ajatella myös hirsiseinän sävyistä japanilaishenkistä rimakattoa. Keittiökaapistot ja muut kiintokalusteet ovat mattapintaista lämpimän harmaata laminaattia tai maalipintaisia. Ovet ovat "vetimettämiä" esim. integroidulla vedinuralla varustettuja. Työtasot ovat saman sävyiset kuin ovet. Materiaalina niissä voidaan käyttää laminaattia, kvartsia tai keramiikkaa. Huonekalut ovat tyyliltään kevyitä ja vähäeleisiä, luonnonmateriaaleista valmistettuja.



Kuva 9. Teknos T3026 ja Tikkurila F487 Höyhen

Country tyylissä (Liite 7) hirret käsitellään lämpimän harmaan sävyiseksi (Teknos T3043). Väliseinät maalataan pehmeällä vaalean harmaalla sävyllä (G487 Batisti). Valkoinen toimii hyvänä kontrastina. Ikkunat- ja ovet, sekä väliovet ovat valkoiset. Lattiassa käytetään vaaleaa voimakkaasti kulutettua ja rustiikkista betonikuosista laattaa ja makuuhuoneissa lähes valkoiseksi käsiteltyä lankku parkettia. Kattoon valitaan valkoiseksi maalattu paneeli. Keittiökaapistot ja muut kiintokalusteet ovat vaaleanharmaaksi maalattuja yksinkertaisia koivu kehys ovia, joihin yhdistetään messingin väriset vetimet. Työtasot ovat valkoista kvartsia tai keramiikkaa yksivärisenä tai marmorikuosilla varustettuna. Huonekalut ovat tyyliltään yksinkertaistetun romanttisia ja massiivisia, värikyseiltään vaaleita.



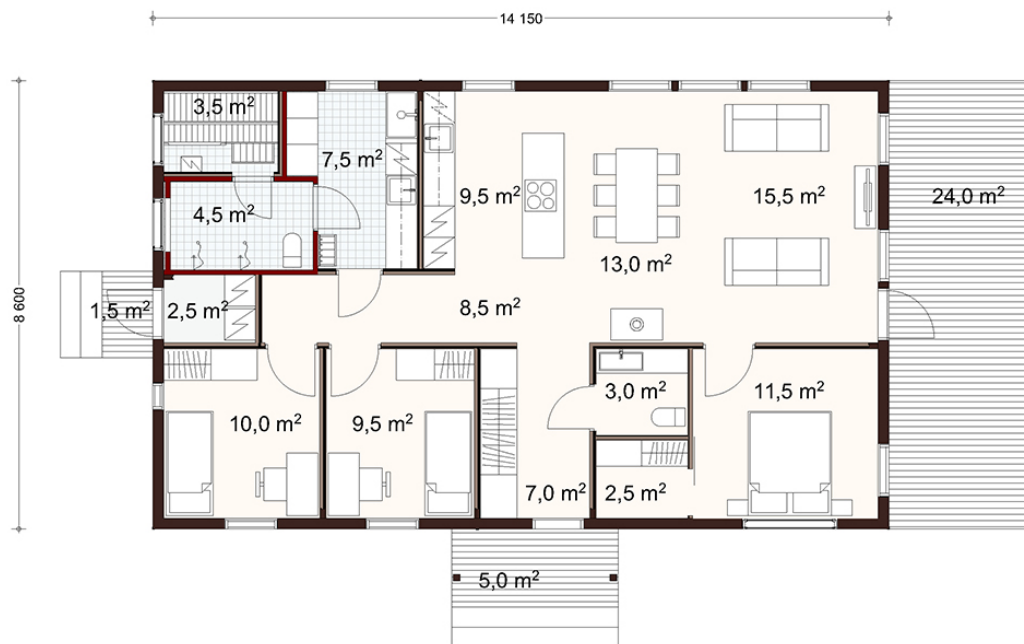
Kuva 10. Teknos T3043 ja Tikkurila G487 Batisti

5.3.2 Sisustussuunnittelupalveluiden hinnoittelu

Palveluiden hinnoittelua pohdittaessa lähdetään liikkeelle ensin strategisista valinnoista. Onko tarkoituksena automatisoida palvelut ja olla kustannuksiltaan edullisin vai pyritäänkö kehittämään asiakkaan kokemaan arvoon perustuvia ainutlaatuisia tuotteita tai palveluita (Tuulaniemi 2011, 231).

Tutkimusten pohjalta havaitsin, että yllättävän moni on varannut budjetissaan tilaa sisustussuunnittelupalveluille. Keskimääräisesti kokonaisvaltaisesta sisustussuunnitelmasta ollaan valmiita maksamaan noin 4000 € sisältäen arvonlisäveron 24%. Suunnittelutyöhön varattava ajankäyttö riippuu täysin suunnittelukohteesta, suunnitelman laajuudesta ja toivotusta tasosta. On selvää, että jos asiakas toivoo paljon rakenteisiin vaikuttavia erikoisratkaisuja, vaatii niiden suunnittelu enemmän aikaa, 3D- ja detailjikuvia, kuin tavanomaisen omakotitalon suunnittelu.

Tavanomaisena omakotitalona voitaisiin pitää noin 120 - 160m² yhteen tai korkeintaan kahteen tasoon rakennettua yksinkertaisen muotoista taloa, jossa olisi oleskelutilojen lisäksi 3 - 4 makuuhuonetta, kodinhoitotila, erillinen wc ja korkeintaan kaksi kylpyhuonetta, sekä sauna (kuva 11). Tavanomaisen omakotitalon kokonaisvaltaisen sisustussuunnitelman laatimiseen käsittäen tilasuunnitelman, valaistussuunnitelman, kiintokalustesuunnitelman, pintamateriaali- ja värisuunnitelman, sekä irtokaluste- ja tekstiilisuunnitelman kuluu oman kokemukseni mukaan yleensä aikaa keskimäärin noin 70 h.



Kuva 11. Honka Vilja 122 1A mallistomalli esimerkkinä tavanomaisesta omakotitalosta.

3D-visualisointikuvien piirtäminen ei aina ole välttämätöntä. Yleensä 3D-visualisointikuvat piirretään vain oleskelu- ja keittiötiloista, sekä peseytymistiloista. Niiden piirtämiseen käytetty aika täytyy laskea normaaliin suunnittelutyöhön käytetyn ajan päälle. Joissain tapauksissa 3D-ohjelma toimii kuitenkin myös hyvänä suunnittelutyökaluna, kun pohditaan miltä eri vaihtoehdot tilassa todella näyttäisivät ja saattaa osaltaan nopeuttaa suunnittelutöitä. 3D-mallin piirtämiseen, materiaalien ja värien lisäämiseen, sekä kuvien renderöintiin kuluu aikaa tilasta riippuen helposti noin 4 – 8 h/ tila. Myös asiakastapaamisiin ja työmaakäynteihin käytetty aika täytyy laskea varsinaisen suunnittelutyön päälle. Yleensä tapaamisia tarvitaan 2 - 3 kappaletta ja matkoineen niihin kuluu aikaa keskimäärin 3 h/ tapaaminen. Sisustussuunnittelutyön arvonlisäverollinen vähimmäistuntihinta on alkaen 80 €/h (suunnittelijan käsikirja 2020, 13).

Jos asiakkaat ovat keskimäärin valmiita maksamaan kokonaisvaltaisesta sisustus - suunnittelutyöstä noin 4000 €, voidaan ajatella, että ilman 3D-visualisointikuvien piirtämistä suunnittelutyön tuntihinnaksi jäisi vain noin 57 €/h, joka jää selvästi alle sisustussuunnittelijoiden keskihinnan. Tämä tarkoittaisi sitä, että suunnitelman laajuutta tai sisältöä täytyisi hieman keventää, jotta kysyntä ja tarjonta kohtaisivat. Esimerkiksi irtokaluste- ja tekstiilisuunnitelma on helppo irrottaa omaksi kokonaisuudekseen ja täydentää tarpeen mukaan myöhemmin. Tilasuunnitelmassa huomioidaan irtokalusteiden sijoittelu- ja mitoitus. Pintamateriaali- ja värisuunnitelmassa voidaan huomioida ikkunoihin kiinteästi asennettavat kaihtimet/ verhot. Ilman irtokaluste- ja tekstiilisuunnitelmaa, sekä 3D-visualisointikuvia kuluisi suunnittelutyöhön aikaa noin 50h, jolloin suunnittelutyön tuntihinnaksi jäisi normaalin keskihinnan mukaisesti noin 80 €/h.

| Kokonaisvaltainen sisustussuunnitelma | Räätälöity sisustussuunnitelma |
|--|---|
| <input checked="" type="checkbox"/> Tilasuunnitelma | <input checked="" type="checkbox"/> Tilasuunnitelma |
| <input checked="" type="checkbox"/> Valaistussuunnitelma | <input checked="" type="checkbox"/> Valaistussuunnitelma |
| <input checked="" type="checkbox"/> Kiintokalustesuunnitelma | <input checked="" type="checkbox"/> Kiintokalustesuunnitelma |
| <input checked="" type="checkbox"/> Pintamateriaali- ja värisuunnitelma | <input checked="" type="checkbox"/> Pintamateriaali- ja värisuunnitelma |
| <input checked="" type="checkbox"/> Irtokaluste- ja tekstiilisuunnitelma | <input type="checkbox"/> Irtokaluste- ja tekstiilisuunnitelma |
| <hr/> Yht. 70h x 80€/h = 5600€ | <hr/> Yht. 50h x 80€/h = 4000€ |

Kuva 12. Kysynnän ja kustannustason mukaan räätälöidyn sisustussuunnitelman sisältö.

Kyselyiden pohjalta sopiva hintataso Hongan suunnittelupalveluille olisi suunnittelutapaamisen osalta 250 €, suunnittelupalvelu 1 osalta 750 € ja suunnittelupalvelu 2 osalta 1500 €. Ajankäytöllisesti suunnittelutapaamiseen ennakkovalmisteluineen ja jälkikäteen lähetettävine muistiinpanoineen saisi varata aikaa noin 3 h, jolloin suunnittelutyön arvonlisäverolliseksi tunti hinnaksi jäisi noin 83 €/h. Suunnittelupalvelu 1, eli kevyt suunnitelma koskien rakennuksen peruselementtien värimäärittelyä sisällä ja ulkona käsittäisi käytännössä tapaamisen asiakkaan kanssa noin 2 h, sekä suunnitelman luomisen noin 6 h mahdollisine muutostöineen. Yhteensä suunnittelutyöhön tulisi varata aikaa noin 8 h, jolloin suunnittelutyön arvonlisäverolliseksi tunti hinnaksi jäisi noin 93 €/h. Suunnitelma sisältäisi pohjapiirroksen tehtävät merkinnät ja materiaaliluettelon. Suunnittelupalvelu 2, eli tilasuunnitelma koskien kalustesijoittelua, valo- ja vesipisteitä käsittäisi käytännössä tapaamisen asiakkaan kanssa noin 2 h, kiinto- ja irtokalusteiden sijoittamisen pohjapiirroksen, sekä valo- ja vesipisteiden sijoittelun suunnitelman mukaan. Tähän tulisi varata aikaa noin 16 h mahdollisine muutostöineen. Yhteensä suunnittelutyöhön tulisi varata aikaa noin 18 h, jolloin suunnittelutyön arvonlisäverolliseksi tunti hinnaksi jäisi noin 83 €/h. Jos palvelut tarjotaan asiakkaalle Hongan kautta voisi suunnittelijan Hongalta laskuttama hinta olla 10 – 15 % edullisempi, jotta se olisi suunnittelijalle vielä kannattavaa liiketoimintaa. Vastaavasti Honka voisi kokeilla nostaa tarjottavien palveluiden hintoja maltillisesti ilman, että sillä olisi merkittävää vaikutusta palveluiden kysyntään. Vaikka hintataso menisikin suunnittelijan näkökulmasta normaalia alhaisemmaksi saisi Honka tarvitsemansa palvelun ja suunnittelija mahdollisuuden tavoittaa enemmän asiakkaita. Hongan suunnittelupalvelupaketit toimisivat ikään kuin sisäänheittotuotteena ja suunnittelija voisi tarjota asiakkaille laajempia lisäpalveluita, joissa olisi parempi kate. Vastaavasti Honka saisi palveluidensa piiriin lisää tuotteita, joiden avulla voisi houkutella ja sitouttaa asiakkaita, sekä myyjät voisivat tarjota niitä alennusten sijaan kaupantekijäisinä, vaikka niistä saatava kate ei olisikaan merkittävä.

| Hongan suunnittelupalvelu | Ajankäyttö h | Hinta € | Tuntiveloitus € |
|---------------------------|--------------|---------|-----------------|
| Suunnittelutapaaminen | 3 | 250 | 83,33 |
| Suunnittelupalvelu 1 | 8 | 750 | 93,75 |
| Suunnittelupalvelu 2 | 18 | 1500 | 83,33 |

Kuva 13. Hongan suunnittelupakettien hinnoittelumalli.

5.4 Validointi

Kävimme tutkimushavaintoja, palvelupolkua kehitysideoineen ja prototyyppejä Hongan palvelukehitystiimin kanssa yhdessä lävitse. Palvelupolkua pidettiin yleisesti hyvänä ja selkeänä yhteenvetona, sekä siinä mainittuja ideoita kehityskelpoisina. Palvelupolulla on kuitenkin mainittu useamman kerran suunnittelija termi, jolla tarkoitetaan eri yhteyksissä sisustussuunnittelijaa, arkkitehtia tai LVIS-suunnittelijaa. Tätä pyydettiin selkeyttämään helpommin ymmärrettäväksi ketä suunnittelijaa missäkin kohdassa tarkoitetaan. Vaikka palvelupolun kehitysideoista osa on vasta ideointivaiheen keskeisempiä löydöksiä tulevaisuuden jatkokehitystä varten, eikä niitä ole tämän opinnäytetyön puitteissa tarkoitus viedä eteenpäin prototyypeiksi asti. Keskustelimme kuitenkin niidenkin toteutus - mahdollisuuksista ja realismista. Esimerkiksi sisustussuunnitelman muokkaamista virtuaalisesti nettisivuilla pidettiin liian työläänä.

Sisustussuunnitelmien tuomista osaksi talomyyntiä pidettiin kuitenkin tervetulleena ratkaisuna ja mieluummin juuri niin, että rajatut esimerkkisuunnitelmat olisivat sovellettavissa mihin tahansa mallistomalliin. Pohdimme myös sisustustrendien kestävyyttä ja kehittymistä vuosien varrella. Vuosittain tai joka toinen vuosi lanseerattavaa uutta sisustusteemaa pidettiin markkinoinnin kannalta houkuttelevana ja hyvänä ideana. Kaikki olivat yhtä mieltä siitä, että talotehtaan pääpiirustusvaiheen tulisi olla sujuvaa ja enemmänkin puhtaaksi piirtämistä, joten luonnossuunnitteluvaiheen ennen pääkuvavaihetta tulisi olla selvästi laajempi ja pidemmälle mietitty. Sisustussuunnittelijan ottamista mukaan luonnossuunnitteluun pidettiin hyvänä ajatuksena. Myös siitä oltiin yhtä mieltä, että hintojen tuominen näkyvämmäksi olisi tarpeellista. Nykypäivän asiakkaat kaipaavat enemmän hintatietoa jo ennen kuin ollaan yhteydessä myyjään. Hintojen puuttuminen voi olla jopa este yhteydenottopyynnön jättämiselle. Kuitenkin kolikon kääntöpuolena on pelko siitä, että tuleeko hintatietoa jaettua liikaa kilpailijoiden hyödynnettäväksi, mikäli sitä olisi enemmän saatavilla. Jos nettisivuilla olisi mallikohtainen laskuri, kuinka työlästä se olisi toteuttaa ja kuinka laajasti asiakas voisi tehdä räätälöintejä sillä? Ne ovat varmasti kysymyksiä, joita idean mahdollisessa jatkojalostusvaiheessa täytyisi syvällisesti pohtia. Nettisivujen virtuaalisia palveluita tullaan kuulemma kehittämään joka tapauksessa lähitulevaisuudessa ja tässä on monta hyvää ajatusta jatkoa ajatellen.

Sisustuspalveluiden sisältöä ja hinnoittelua pidettiin realistisena ja mahdollisena, pelkän valaistussuunnittelupalvelun lisäämistä Hongan tarjoamaan palveluvalikoimaan pohdittiin myös. Siitä oltiin yhtä mieltä, että laajemmat suunnittelukokonaisuudet ja lisäpalvelut on kuitenkin järkevämpää tilata suoraan suunnittelijalta, eikä Hongan tarjoamana. Esimerkki sisustussuunnitelmat vastaavat hyvin asiakkaiden tämänhetkisiä toiveita. Asiakkaiden nähtäväksi tuotavien 3D-visualisointikuvien tulisi kuitenkin olla valokuvamaisempia ja ne teetetäisiin Hongan omien visualisoijien kautta.

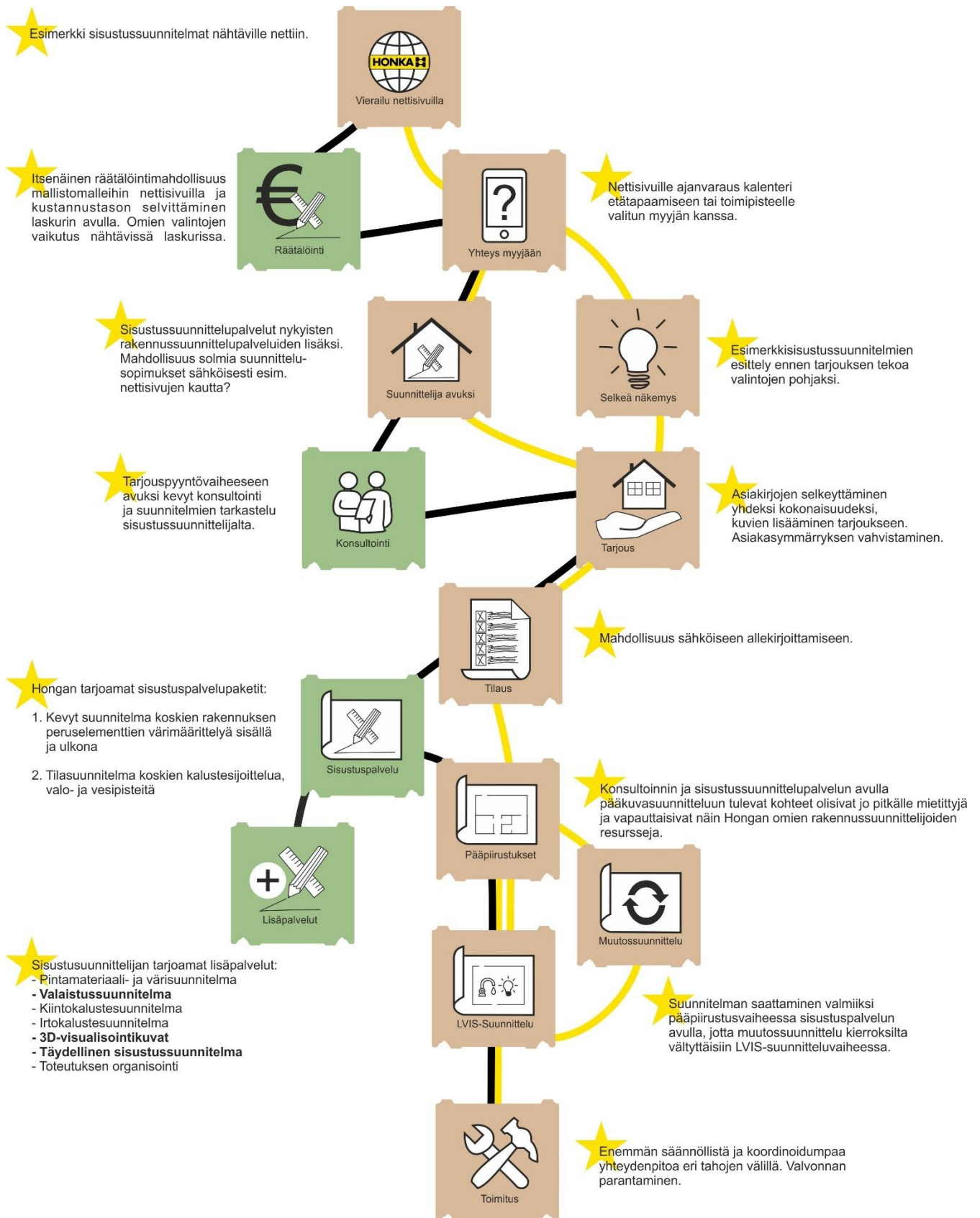
Esittelin opinnäytetyötä, tutkimushavaintoja, palvelupolkua ja kehitysideoita, sekä esimerkki sisustussuunnitelmia myöhemmin palvelukehitystiimin pyynnöstä myös Hongan johtoryhmälle, koska palvelupolku kokonaisuudessaan ja sisustuspalvelun kuvaus koettiin ansiokkaana ja tulevaisuuden kehityksessä eteenpäin vietävänä asiana. Johtoryhmä oli kiinnostunut opinnäytetyöstä kokonaisuudessaan. Joitakin tutkimuksen yhteenvedossa esiin tulleita lukuja pyydettiin kuitenkin avaamaan tarkemmin, esimerkiksi sisustussuunnittelijan palkkaamiseen liittyvää lukemaa (51,7 % olisi valmis palkkaamaan sisustussuunnittelijan) pidettiin yllättävän korkeana. Tarkistin lukemat ja tismalleen sama prosentti toistui kuitenkin kahdessa eri kyselyssä. Hirsirakentamisesta kiinnostuneille kuluttajille suunnatussa kyselyssä kokonaisprosentti on yhteenvedo, jossa 4,2 % palkkaisi sisustussuunnittelijan erittäin todennäköisesti, 18,3 % hyvin todennäköisesti ja 29,2 % melko todennäköisesti, eli yhteensä 51,7 %. Hongan jo rakentaneista Sisusta Vapaasti asiakkaista 51,7 % ilmoittaa, että olisi kaivannut sisustussuunnittelijan apua projektissa. Muita kysymyksiä ei juurikaan herännyt.

5.5 Toteutus

Tein kokonaispolkuun pyydytetyt korjaukset (kuvio 12). Muutin kokonaispolulla yleisesti käytetyn suunnittelijatermin selkeästi sisustussuunnittelijaksi, rakennussuunnittelijaksi tai LVI-suunnittelijaksi, jotta ymmärretään helpommin ketä suunnittelijaa missäkin kohdassa tarkoitetaan. Poistin myös ehdotuksen virtuaalisesta sisustusmallista, johon voisi tehdä oman maun mukaisia räätälöintejä nettisivuilla, koska se koettiin liian työläänä toteutettavaksi.

Kokonaispolkua tullaan varmasti yleisesti hyödyntämään Hongalla tulevaisuuden palveluiden suunnittelussa ja palveluketjun kuvallisessa esittämisessä. Opinnäytetyön pohjalta suunniteltuja sisustuspalveluita on myös tarkoitus tarjota asiakkaille jo alkuvuodesta 2022 alkaen. Tähän on jo etsitty sopivaa yhteistyöverkostoa ja valittujen sisustussuunnittelijoiden yhteystiedot tullaan esittelemään Hongan nettisivuilla. Vielä on kuitenkin avoinna, miten palvelut tullaan rajaamaan ja tarjoavatko sisustussuunnittelijat kaikki palvelunsa suoraan asiakkaalle vai tilataanko ja laskutetaanko jotkin palvelut Hongan kautta. Myös palvelujärjestys on vielä vähän avoinna, esimerkiksi olisiko sisustuskonsultointi ennen rakennussuunnittelua vai vasta sen jälkeen. Jos rakennussuunnittelu pohjautuu valmiin mallistomallin muokkaamiseen voisi sisustuskonsultointi mielestäni olla jo ennen rakennussuunnittelupalveluiden käyttöä. Silloin sisustussuunnittelija voisi yhdessä asiakkaan kanssa käydä tarvekartoitusta tilatoiveista jo etukäteen lävitse, esimerkiksi minkä muotoista keittiötä tai sohvaa asiakas toivoo, kuinka suuri ruokapöydän tulisi olla jne. ja peilata toiveita valmiin mallistomallin tilaratkaisuihin ja esitellä asiakkaalle eri ratkaisuvaihtoehtoja. Näin saataisiin rakennussuunnittelija ohjeistettua alusta alkaen oikeaan suuntaan. Toisaalta jossain tapauksissa, missä tilaratkaisut tulevat muuttumaan radikaalisti on tilasijoittelun kommentointi sisustussuunnittelijalle helpompaa vasta ensimmäisen luonnoskierroksen jälkeen, kun nähdään miten tilat sijoittuvat rakennuksen mitoituskehykseen. Yhtä oikeaa vastausta tähän siis tuskin löytyy, vaan tilannetta täytyy pystyä arvioimaan asiakkaan tarpeiden mukaan tapauskohtaisesti. Sisustuskonsultointia voi tarvittaessa käyttää myös useammassa eri projektin vaiheessa tarpeen mukaan.

Vaihtuvien trendien mukaisia esimerkkisisustuksia tullaan myös esittelemään jatkossa asiakkaille ja uusia trendejä tullaan todennäköisesti esittelemään säännöllisin väliajoin. Hyvä kysymys kuitenkin on, kuinka nopealla syklillä sisustustrendit ja ihanteet todellisuudessa vaihtelevat. Useimmat ihmiset yleensä mieluiten tavoittelevat tietynlaista ajattomuutta ja harmoniaa omaan kotiinsa, mutta vaihtuvista trendeistä voidaan kuitenkin hakea tukea ja inspiraatiota oman kodin suunnitteluun. Asiakkaille esiteltävät esimerkkisuunnitelmat eivät kuitenkaan alkuperäisestä suunnitelmasta poiketen tule olemaan opinnäytetyötä varten kyselyiden pohjalta tekemiäni sisustussuunnitelmia, koska Hongalla on meneillään oleva kirjanhanke ja yhteistyö toisen sisustussuunnittelijan kanssa. Pinnalla olevat sisustustrendit esimerkkisuunnitelmineen halutaan tuoda osaksi kirjan sisältöä ja tämän vuoksi opinnäytetyössä esitellyt suunnitelmat menisivät päällekkäin kirjan sisällön kanssa.



Kuvio 12. Validoinnin pohjalta korjattu kokonaispolku kehitysehdotuksineen.

6 YHTEENVETO

6.1 Vastaukset tavoitteisiin ja tutkimuskysymyksiin

Opinnäytetyön tavoitteena oli tuottaa Honkarakenteelle sisustussuunnittelun palvelukonsepti, joka palvelee erityisesti Sisusta Vapaasti toimituksia ja toimii yleisesti kaupankäyntiä vauhdittavana lisäpalveluna. Tutkimuksen tavoitteena oli selvittää minkälainen sisustuskonsepti vastaa parhaiten asiakkaiden tarpeisiin ja selkeyttää myynnin prosessia. Pyrin tutkimuskysymysten avulla selvittämään näihin vastauksia ja ideoimaan ratkaisuja, jotka mielestäni vastasivat hyvin tilaajan tavoitteisiin. Tuon seuraavaksi opinnäytetyön päättötutkimuskysymykset vielä uudelleen esille ja kerron niihin löytämäni vastaukset.

Minkälainen sisustuskonsepti vastaa parhaiten asiakkaiden tarpeisiin ja selkeyttää Honkarakenteen omaa prosessia?

Sain kyselyiden avulla kartoitettua asiakkaiden kiinnostuksen sisustuspalveluita kohtaan, sekä heitä kiinnostavien tarpeellisten palveluiden laajuuden ja hintatason. Kyselyiden avulla sain selville myös hirsirakentajia kiinnostavat tämänhetkiset sisustustyyli- ja värimaailmat, sekä tavoitteellisen laatutason. Tutkimustuloksiin nojaten ideoin sisustuspalvelun, joka on räätälöity edesauttamaan Hongan koko tilaus- ja toimitusketjun sujuvuutta. Vaikka palvelukokonaisuudet ovat Hongalla rajattuja voi asiakas ostaa tarvitsemansa lisäsuunnittelupalvelut suoraan sisustussuunnittelijalta. Yksi tärkeistä sisustuspalvelun ominaisuuksista onkin asiakkaan ja suunnittelijan kohtaaminen, sekä koko palvelupolun ymmärtäminen.

Mitä lisäarvoa sisustuskonsepti toisi Honkarakenteelle ja olisiko palvelulle kysyntää?

Tutkimuksen pohjalta voidaan todeta, että sisustuspalvelulle olisi kysyntää. Se auttaisi asiakasta kokonaisuuden hahmottamisessa ja päätösten tekemisessä. Näin myyjän olisi helpompi kohdentaa tarjouksen ja myöhemmin tilauksen sisältö alusta alkaen toivotunlaiseksi. Asiakkaan tilauksen jälkeiset muutostarpeet vähenisivät, joka vähentäisi myyjän ja toimitusvastaavan työmäärää. Sisustuspalvelu myös vähentäisi pääkuvasuunnitteluvaiheen jälkeen tehtäviä muutossuunnitelmia ja LVIS-suunnitteluun menevät kohteet olisivat jo pidemmälle mietittyjä kalustuksen näkökulmasta. Asiakkaan näkökulmasta kasvanut palvelutarjonta antaa lisää työkaluja onnistuneen hankkeen läpiviemiselle ja vahvistaa luottamusta jo ennestään luotettavana pidettyä Honkarakennetta kohtaan.

Miten palvelumuotoilu sopii tilaajan palvelukehitystarpeisiin?

Palvelumuotoilu, eli asiakaslähtöinen ajattelu soveltuu mielestäni ihan kaikille yrityksille, jotka haluavat ymmärtää asiakastaan paremmin tarjotakseen entistä parempaa palvelua ja kysyntää vastaavia tuotteita. Palvelumuotoilun prosessit ovat kuitenkin jokseenkin työläitä ja pidempikestoisia. Sen vuoksi isommilla yrityksillä, kuten Honkarakenne on todennäköisesti paremmat resurssit vastaavien hankkeiden toteuttamiselle. Kyselyiden teettäminen onnistuu myös helpommin, kun yrityksellä on jo valmis asiakasrekisteri olemassa ja hyvä näkyvyys sosiaalisessa mediassa. Yhteenvetona näen, että palvelumuotoilu soveltuu erinomaisesti juuri tilaajan palvelukehitystarpeisiin.

6.2 Johtopäätökset ja pohdinta

Koen opinnäytetyön olleen opettavainen palvelumuotoilun prosessi, jossa toistuivat muotoiluprosessin eri vaiheet ja menetelmät. Tutkittuun tietoon perustuva asiakasymmärrys ja sen pohjalta luodut ideat tarjoavat yrityksille oikean suunnan ja luotettavan tavan kehittyä, siitä huolimatta, että muotoiluprosessi on tällä tavoin työläämpi ja pidempikestoinen. Vaikka olen toiminut muotoilijana ja sisustusarkkitehtinä jo yli kymmenen vuoden ajan, oli kiinnostavaa huomata, kuinka omaa totuttua työskentelytapaa voi muuttaa ja lähestyä aihetta täysin eri näkökulmasta tutkimuksen kautta.

Tässä projektissa tutkimusvaihe oli Hongan verkoston ja useamman eri kyselyn ansiosta varsin kattava. Opin paljon kyselyiden tekemisestä ja analysoinnista. Ymmärsin, että jos olisin ainoastaan oman intuition varassa lähtenyt viemään prosessia eteenpäin asiakasymmärrys olisi jäänyt saavuttamatta ja näin ollen työ olisi voinut olla hyvin erinäköinen.

Palvelumuotoiluprosessi sopi yleisesti hyvin työhöni. Tapasimme muutaman kerran Hongan palvelukehitystiimin kanssa ja sain heiltä paljon hyvää palautetta. Koska kyseessä oli opinnäytetyö jäin kuitenkin ajanpuutteen ja kesälomien vuoksi melko yksin ideointivaiheen kanssa. Opinnäytetyötä kutsuttiin ansiokkaaksi ja sain hyvin vastattua tutkimustavoitteeseen sisustuspalvelun kehittämisestä. Jäin kuitenkin kaipaamaan ideointivaiheelta työpajatyypistä yhteistä tekemistä, jota olisin voinut itse aktiivisemmin edistää. Jos ideointivaihetta olisi työstetty enemmän yhdessä myös muut palvelupolon ideat olisivat todennäköisesti tämän opinnäytetyön puitteissa jatkokehittyneet nykyistä pidemmälle. Esiin olisi saattanut nousta myös muita uudenlaisia ideoita.

6.3 Palaute työntilaaajalta

"Ideoimasi palvelupolku on ansiokas yhteenveto, joka perustuu sekä tutkimuksen kautta saatuun asiakasymmärrykseen, henkilökohtaiseen kokemukseen sekä taloteollisuuden prosessien ymmärtämiseen. Osioita esittämästäsi on pohdittu aiemminkin, mutta kuvasit ne erittäin tiiviisti ja ymmärrettävästi yhteen kuvaan. Tulemme hyödyntämään tutkimuksen kautta saatua asiakasymmärrystä, sekä ideoimiasi toimenpiteitä palvelukehityksessämme. Sisustustyyliä vastaavat hyvin asiakkaiden yleisiä toiveita tällä hetkellä ja 3D-kuvat auttavat hahmottamaan niitä, toki markkinointimateriaaleihin sitten viemme omien visualisoijien kautta." Sanna Huovinen, markkinointijohtaja (sähköposti 25.8.2021)

LÄHTEET

Kirjallisuus

Hassi, L., Maila, R. & Paju, S. 2015. Kehitä kokeillen: organisaation käsikirja. Helsinki: Talentum Pro. E-kirja.

Hiltunen, P. 2017. Palvelusta tuotteeksi: käsikirja palvelutuotteiden muotoiluun. Helsinki: Diakonia-ammattikorkeakoulu. E-kirja.

Koivisto, M., Säynäkangas, J. & Forsberg, S. 2019. Palvelumuotoilun bisneskirja. Helsinki: Alma Talent. E-kirja.

Kortesuo, K. & Löytänä, J. 2011. Asiakaskokemus - Palvelubisneksestä kokemusbisnekseen. Helsinki: Alma Talent. E-kirja.

Kymäläinen, H-R. & Lakkala, M. & Carver, E. & Kamppari, K. 2016. Opas projektityöskentelyyn. Tieteestä toimintaa -verkoston julkaisu.

Manninen, K. 2012. Kasvunvara: työkaluja parempaan palveluun. Helsinki: Vantaa: Sitra; ProAgria keskusten liitto. E-kirja.

Maula, H. & Maula, J. 2019. Design ja johtaminen. Helsinki: Almatalent. E-kirja.

Roivas, M. & Pirilä, K. & Vehkaperä, U. 2013. Innostu ja innovoi Käsikirja innovaatioprojektioihin. Helsinki: Unigrafia. E-kirja.

Sisustussuunnittelijat SI RY, 2020. Suunnittelijan käsikirja.

Stickdorn, M. 2018. This is service design doing. O'Reilly Media, Inc. E-kirja.

Tuulaniemi, J. 2011. Palvelumuotoilu. Helsinki: Talentum. E-kirja.

Verkkojulkaisut

Alavuotunki, K, Halme, K, & Salminen, V. 2015. Muotoilun hyödyntäminen ja vaikutukset yritysten kilpailukykyyn.

https://julkaisut.valtioneuvosto.fi/bitstream/handle/10024/74995/TEMjul_58_2015_web_18112015.pdf?sequence=1&isAllowed=y (luettu 9.3.2021).

Harisalo, R. 2011. Luovuuden teknologia, Ideointimenetelmät organisaatioiden luovuuden vahvistajina.

https://trepo.tuni.fi/bitstream/handle/10024/100944/Harisalo_Luovuuden_teknologia.pdf?sequence=1&isAllowed=y (viitattu 20.10.2021)

Hyysalo, S. 2009. Käyttäjä tuotekehityksessä. Tieto, tutkimus, menetelmät

<https://aaltodoc.aalto.fi/bitstream/handle/123456789/11826/isbn9789515583017.pdf?sequence=1&isAllowed=y> (viitattu 20.10.2021)

Kleemola, J. 2020. Ajaton sisustus? Sisustusarkkitehti kertoo 6 vinkkiä.

<https://www.meillakotona.fi/artikkelit/sisustusarkkitehti-paivi-himasen-ajattomat-sisustusvinkit> (luettu 26.2.2021)

Manneri, V. 2018. Vältä nämä 5 tyypillistä virhettä seuraavassa palvelumuotoiluhankkeessasi.

<https://blog.hellon.com/valta-nama-5-tyypillista-virhetta-seuraavassa-palvelumuotoiluhankkeessasi> (luettu 9.3.2021).

Mtv Uutiset. 2016. <https://www.mtvuutiset.fi/artikkeli/nain-lahetat-saman-sahkopostiviestin-usealle-vastanottajalle-heidan-tietamattaan/5911450#gs.6135c2> (viitattu 9.3.2021)

Työ- ja elinkeinoministeriö. 2021. Toimialojen näkymät: Puutuoteteollisuus

<https://julkaisut.valtioneuvosto.fi/bitstream/handle/10024/163548/Puutuotealan%20n%C3%A4kym%C3%A4t%202021.pdf> (viitattu 20.10.2021)

Vuori, J. 2018. 5 x sisustustyyli – modernista maalaisromanttiseen

<https://www.etuovi.com/koti/blogi/5-x-sisustustyyli-modernista-maalaisromanttiseen/> (luettu 26.2.2021)

Blogikirjoitukset

Sisustustarinoita, Emilia, K. 2020. Blogikirjoituksia kategoriassa tyylistuunnat.
<https://sisustustarinoita.com/category/tyylisuunnat/> (luettu 26.2.2021)

Melander, A. 2019. Blogikirjoitus.
<https://annemelender.fi/2019/11/eri-maiden-sisustustyylien-inspiraatiot/> (luettu 26.2.2021)

Patterson, C. 2021. Blogikirjoitus.
<https://www.decoraid.com/blog/interior-design-styles-definition-2019/> (luettu 26.2.2021)

Bihl, E. 2020. Blogikirjoitus. School is in Session: These Are the Top 15 Interior Design Styles to Know Now. <https://www.mydomaine.com/interior-design-styles-5069893>. (luettu 26.2.2021)

Sisustusinto, 2021. Blogikirjoitus.
<https://sisustusinto.fi/sisustustyyliit-loyda-oma-suosikkisi/> (luettu 26.2.2021)

Decorilla Affordable Interior Design. 2020. Blogikirjoitus.
<https://www.decorilla.com/online-decorating/interior-design-styles-101/> (luettu 26.2.2021)

Adorable Home, 2021. Blogikirjoitus.
<https://adorable-home.com/smart-home/most-popular-interior-design-styles-54284>
(luettu 26.2.2021)

KUVAT

- Kuva 1. Tutkimusseinä - Research Wall.
- Kuva 2. kyselyssä esitetyt sisustusteema vaihtoehdot.
- Kuva 3. kyselyssä esitetyt sisustuksen hallitsevat väriteema vaihtoehdot.
- Kuva 4. Kyselyssä kiinnostavimmaksi valitut sisustusteemat.
- Kuva 5. Kyselyssä miellyttävimmiksi valitut väriteemat.
- Kuva 6. Asiakassegmentit Visionääri, Toimelijas ja Tekijä.
- Kuva 7. Sisustustyyli Rock, Zen ja Contry.
- Kuva 8. Teknos T3070 ja Tikkurila G485 Kanvaasi.
- Kuva 9. Teknos T3026 ja Tikkurila F487 Höyhen.
- Kuva 10. Teknos T3043 ja Tikkurila G487 Batisti.
- Kuva 11. Honka Vilja 122 1A mallistomalli esimerkkinä tavanomaisesta omakotitalosta.
- Kuva 12. Kysynnän ja kustannustason mukaan räätälöidyn sisustussuunnitelman sisältö.
- Kuva 13. Hongan suunnittelupakettien hinnoittelumalli.

KUVIOT

- Kuvio 1. Työn viitekehys.
- Kuvio 2. Palvelumuotoilun Tuplatimantti prosessimalli.
- Kuvio 3. Kyselyyn vastanneiden nykyinen asuinpaikkakunta.
- Kuvio 4. Alue, johon ollaan rakentamassa kyselyn perusteella.
- Kuvio 5. Sisustuksen hallitsevana väriteemana miellyttävimmät kyselyn mukaan.
- Kuvio 6. Sisustuksen kontrastivärinä miellyttävimmät kyselyn mukaan.
- Kuvio 7. Asiat joihin sisustussuunnittelijan tukea kaivataan eniten oman kodin suunnittelussa.
- Kuvio 8. Rakennusbudjettiin varattu summa sisustussuunnittelupalveluille kyselyn mukaan.
- Kuvio 9. Kaikkien kyselyiden yhteenveto.
- Kuvio 10. Tutkimustulosten pohjalta muodostettu palvelupolku
- Kuvio 11. Tutkimustulosten pohjalta muodostettu kokonaispolku kehitysehdotuksineen
- Kuvio 12. Validoinnin pohjalta korjattu kokonaispolku kehitysehdotuksineen.

LIITTEET

Liite 1. Kysely hirsirakentamisesta kiinnostuneille kuluttajille

Liite 2. Kysely Hongan jo rakentaneille Sisusta Vapaasti asiakkaille

Liite 3. Kysely henkilökunnalle

Liite 4. Kyselyiden pohjalta luotujen sisustusteemojen ideakollaasit

Liite 5. Esimerkki sisustussuunnitelma ROCK

Liite 6. Esimerkki sisustussuunnitelma ZEN

Liite 7. Esimerkki sisustussuunnitelma COUNTRY

Millaisessa kodissa sinä viihdyt ja kuinka tarpeellisena pidät sisustussuunnittelupalveluita?

Hyvä hirsirakentaja, haluamme Honkarakenteella jatkuvasti kehittää toimintaamme ja meille on tärkeää kuulla mielipiteesi mahdollisten sisustuspalveluiden tarpeellisuudesta ja hinnoittelusta. Olemme myös kiinnostuneita kuulemaan sinua miellyttävistä sisustustyyleistä ja värimaailmoista. Kyselyyn vastaaminen vie noin 5-10min ja se tehdään täysin nimettömänä.

1. Onko rakentaminen ajankohtaista?

- ☐ Kyllä
- ☐ Ei
- ☐ Myöhemmin kyllä, milloin?

2. Kuinka todennäköisesti valitsisit hirren rakennusmateriaaliksi?

0=Pieni todennäköisyys... 10=Suuri todennäköisyys

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

3. Minkä sisustustyylin seuraavista valitsisit omaan kotiisi?



Moderni Skandinaavinen



Rento Boho

Vähäeleinen
Minimalistinen

Rouhea Loft



Tyylikäs Klassinen



Ajaton Elektinen



Raikas Saaristolainen

Kodikas
Maalaisromanttinen

Näyttävä Hollywood

Jos valitsisit mieluummin jonkin muun sisustustyylin, mikä se olisi?

4. Mikä näistä miellyttää eniten hallitsevana väriteemana sisustuksessa?



Valkoiset sävyt



Vaalean puun sävyt



Luonnolliset männyn sävyt



Harmaan/ greigen sävyt



Ruskeat sävyt



Tummat sävyt



Pastellin sävyt



Murrettut värit



Kirkkaat värit

5. Kontrastina sisustuksessa käytän mielelläni

- ☐ Mustaa/ valkoista
- ☐ Pehmeitä pastellin sävyjä
- ☐ Murrettuja luonnollisia sävyjä
- ☐ Kirkkaita värejä
- ☐ En pidä kontrasteista

6. Miten priorisoisit sisustusmateriaalien valintaasi?

Aseta alla olevat asiat
tärkeysjärjestykseen

1=Tärkein

6=Vähiten

tärkeä

1 2 3 4 5 6

| | | | | | | |
|---------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| Ulkonäkö | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Kestävyys | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Helppo puhtaanapito | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Ekologisuus | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Edullinen hinta | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Yksilöllisyys | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

7. Mihin asioihin kaipaisit eniten tukea oman kodin sisustussuunnittelussa?

Voit valita useamman vaihtoehdon

- ☐ Mittasuhteiden hallinta
- ☐ Kokonaisuuden hahmottaminen
- ☐ Värisävyjen valinta
- ☐ Eri materiaalien yhdistely
- ☐ Liian vähän tietoa eri materiaaleista ja tavarantoimittajista
- ☐ Liikaa vaihtoehtoja
- ☐ Omien mieltymysten rajaaminen
- ☐ Budjetissa pysyminen
- ☐ Valaistuksen suunnittelu
- ☐ Jokin muu, mikä

8. Kuinka todennäköisesti käyttäisit sisustussuunnittelijaa apunasi?

0=Pieni todennäköisyys... 10=Suuri todennäköisyys

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10



9. Missä laajuudessa tarvitsisit sisustussuunnittelijan apua oman talon rakennusprojektissa?

Voit valita useamman vaihtoehdon

- ☐ Yksittäinen tapaaminen suunnittelijan kanssa
- ☐ Tilasuunnittelu (tilojen toiminnallisuuden tarkastelu ja irtokalustesijoittelu)
- ☐ Valaistussuunnittelu
- ☐ Värisuunnittelu (ulkoväritys, sisäseinät, väliovet, katto, ikkunat- ja ovet)
- ☐ Värisuunnittelu, kiintokalusteiden, vesipisteiden ja valaistuksen sijoittelu
- ☐ Pintamateriaali- ja värisuunnitelma (huonekortit)
- ☐ Kiintokalustesuunnittelu
- ☐ Irtokaluste- ja tekstiilisuunnittelu
- ☐ Kokonaisvaltainen sisustussuunnittelu
- ☐ Toteutuksen organisointi
- ☐ 3D- visualisointikuvat sisätiloista
- ☐ En tarvitse sisustussuunnittelijan apua
- ☐ Jokin muu, mikä

10. Kuinka paljon olet varannut rakennusbudjettiisi sisustussuunnittelupalveluille yhteensä?

- ☐ 0-200€
- ☐ 200€ - 500€
- ☐ 500€ - 1000€
- ☐ 1000€ - 1500€
- ☐ 1500€ - 2000€
- ☐ 2000€ - 2500€
- ☐ 2500€ - 3000€
- ☐ 3000€ - 3500€
- ☐ 3500€ - 4000€
- ☐ 4000€ - 4500€
- ☐ 4500€ - 5000€
- ☐ Yli 5000€

11. Kuinka kiinnostunut olisit seuraavista suunnittelupalveluista?

| Arvioi asteikolla 1-5 | | | | | |
|--|-----------------------|-----------------------|-----------------------|------------------------|-----------------------|
| | 1=Ei kiinnostusta | | | 5=Kiinnostaa paljon | |
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| | | | | | |
| 1x Suunnittelutapaaminen 200€ | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Suunnittelupalvelu 1 = 500€ (kevyt suunnitelma koskien rakennuksen peruselementtien värimäärittelyä sisällä ja ulkona) | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Suunnittelupalvelu 2 = 2000€ (Palvelu 1 lisäksi kalusteiden sijoittelu, valaistus ja vesipisteet) | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Suunnittelupalvelu 3 = 5600€ (Täydellinen sisustussuunnitelma) | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Suunnittelupalvelu 4 = 6900€ (Täydellinen sisustussuunnitelma ja toteutuksen organisointi) | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

12. Arvioi asteikoilla 1-5 kuinka paljon talotoimittajan tarjoamat sisustussuunnittelupalvelut merkitsevät sinulle?

| | 1=Vähäinen merkitys | 2 | 3 | 4 | 5=Suuri merkitys |
|--|------------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| Talotehtaan kautta saatavilla oleva sisustussuunnittelupalvelu | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Talomyyjän suosittelema sisustussuunnittelija | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Valmiiksi määritellyt sisustusvaihtoehdot | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Valmiiksi luodut esimerkkisuunnitelmat sisustustyyleistä | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

13. Mikälaista toimituslaajuutta toivot talotehtaalta?

- ☐ Omatoimirakentaja
- ☐ Ulkoapäin valmis toimitus
- ☐ Sisäpinnat pintamateriaaleja ja kalusteita vaille valmiina
- ☐ Muuttovalmis



14. Kuinka todennäköisesti valitsisit Honkarakenteen talotoimittajaksi?

0=Pieni todennäköisyys... 10=Suuri todennäköisyys

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Miten onnistuimme?

Hyvä asiakkaamme. Olemme kiitollisia, että valitsitte Honkarakenteen talotoimittajaksenne. Haluamme jatkuvasti kehittää toimintaamme ja meille on tärkeää kuulla mielipiteesi Sisusta Vapaasti rakentamispalvelun sujuvuudesta. Kyselyyn vastaaminen vie noin 5-10min ja se tehdään täysin nimettömänä.

1. Mikä sai sinut valitsemaan Honkarakenteen talotoimittajaksi? *

2. Onko talonne? *

- ☐ Valmis mallistomalli
- ☐ Tarpeidenne mukaan räätälöity mallistomalli
- ☐ Yksilöllisen arkkitehtisuunnitelman mukaan toteutettu

3. Miten myyntiprosessimme sujui?

| | Arvioi asteikolla 1-5 | | | | |
|--|-------------------------|-----------------------|-----------------------|---------------------------|-----------------------|
| | 1= täysin eri mieltä | | | 5= täysin samaa mieltä | |
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Yhteistyö myyjän kanssa oli sujuvaa * | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Toiveeni ja tarpeeni ymmärrettiin * | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Tarjous- ja tilausasiakirjat olivat helposti ymmärrettäviä * | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Saimme selkeän käsityksen mitä tarjous sisältää * | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Saimme selkeän käsityksen mitä tilaus sisältää * | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Saatavilla olevat väri- ja materiaalivaihtoehdot käytiin kanssamme läpi * | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Ikkunoiden- ja ovien valinta oli selkeää * | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Tiesimme minkälaiset vesikalusteet tarjoukseen sisältyi * | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Tiesimme minkälaiset valaisimet ja sähkökalusteet tarjoukseen sisältyi * | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Olemme valintoihimme tyytyväisiä * | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Olisin ollut valmis maksamaan lisähintaa erikoisratkaisusta, jos niitä olisi ollut paremmin tarjolla * | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Valitsisin edelleen Sisusta Vapaasti vaihtoehdon * | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

4. Onko myyntiprosessissamme mielestäsi jotain kehitettävää?

5. Käytitkö sisustussuunnittelijaa apunasi valintoja tehdessä?*

☐ Kyllä

☐ Ei

6. Olisitko kaivannut sisustussuunnittelijan apua valintojen tekemiseen? esim. kiintokalusteiden sijoittelu, valaistus, väri- ja materiaalivalinnat*

☐ Kyllä

☐ Ei

7. Mihin asioihin olisit erityisesti kaivannut sisustussuunnittelijan apua?

| | Arvioi asteikolla 1-5 | | | | |
|---|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| | 1=vähäinen merkitys | | | 5=suuri merkitys | |
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Kevyt konsultointi * | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Tilasuunnittelu (tilojen toiminnallisuuden tarkastelu ja irtokalustesijoittelu) * | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Valaistussuunnittelu * | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Sisustusmateriaalien ja värien valinta * | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Kiintokalustesuunnittelu * | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| 3D-visualisointikuvat * | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

Johonkin muuhun, mihin?

8. Olisiko valmiiksi määritellyistä esimerkkisuunnitelmista eri sisustustyylineen ollut hyötyä projektissanne? *

☐ Kyllä

☐ Ei

Miksi?

9. Olisitko mieluummin valinnut muuttovalmis ratkaisun jos sellainen olisi ollut tarjolla?*

☐ Kyllä

☐ Ei

Jos vastasit edelliseen kysymykseen kyllä, niin kerro miksi olisit mieluummin valinnut muuttovalmiin ratkaisun?

10. Miten talonne suunnittelu ja toimitus sujui?

Arvioi asteikolla 1-5

| | 1= täysin eri mieltä | 2 | 3 | 4 | 5= täysin samaa mieltä |
|---|-------------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|---------------------------|
| Yhteistyö Hongan suunnittelijan kanssa oli sujuvaa * | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Tulin kuulluksi ja ymmärretyksi * | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Yhteistyö Hongan toimitusvastaavan kanssa sujui hyvin * | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Toimitusvastaavan rooli oli selkeä * | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Toimitus tuli ajallaan * | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Toimitus oli tilauksen mukainen * | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

11. Onko suunnittelu- ja toimitusprosessissa mielestäsi jotain kehitettävää?

12. Miten rakentamispalvelumme onnistui?

| | Arvioi asteikolla 1-5 | | | | |
|---|-------------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|---------------------------|
| | 1= täysin eri mieltä | | | | 5= täysin samaa mieltä |
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Tulimme hyvin toimeen asennustiimin kanssa * | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Asennustiimi oli osaava ja asiantunteva * | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Asennusaikataulu oli sopimuksen mukainen * | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Meillä oli selkeä käsitys mitkä työvaiheet sopimukseen kuuluivat * | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Vältyimme yllätyksiltä * | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Hongan työpäällikkö tuli hyvin tutuksi ja valvoi työmaan sujuvuutta * | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Viestintä talotehtaan ja asennustiimin välillä oli sujuvaa * | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| LVI- työt sujuivat sopimuksen mukaan * | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Sähkötyöt sujuivat sopimuksen mukaan * | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Oma roolimme työmaalla oli selkeä * | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Suosittelisimme Hongan asennusta muillekin * | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

13. Onko rakentamispalvelussamme mielestäsi jotain kehitettävää?

Seuraavaksi arvioi kokonaisuudessaan kokemustasi Honkarakenteen kanssa toimimisesta.

14. Mikä projektissanne sujui Honkarakenteen toimesta erityisen hyvin?*

15. Missä asioissa on huomautettavaa?*

16. Minkä arvosanan antaisit Hongan Sisusta Vapaasti palvelulle asteikolla 0-5? 0= heikko... 5= erinomainen*

0 1 2 3 4 5

17. Suositteletko palvelua muille?*

☐ Kyllä

☐ Ei

Miksi?

Miten Sisusta Vapaasti palvelua voitaisiin kehittää?

Kysely tehdään osana opinnäytetyötä, jonka tavoitteena on tuottaa sisustussuunnittelun palvelukonsepti, joka palvelee erityisesti Sisusta Vapaasti toimituksia ja toimii yleisesti kaupankäyntiä vauhdittavana lisäpalveluna. Tutkimuksen tavoitteena on selvittää Sisusta Vapaasti palvelun myyjiltä ja Hongan rakentamispalvelulta heidän näkemyksiään yleisesti Sisusta Vapaasti palvelun sujuvuudesta ja kuulla mahdollisia kehitysehdotuksia, sekä selvittää sisustussuunnittelupalveluiden tarpeellisuutta, tarjottavien palveluiden laajuutta ja sopivaa hintatasoa Sisusta Vapaasti kauppojen yhteydessä. Kyselyyn vastaaminen vie noin 5-10 minuuttia aikaa ja se tehdään täysin nimettömänä.

1. Mikä toimii erityisen hyvin Sisusta Vapaasti palvelussa ja sen myymisessä?*

2. Mihin asioihin kaipaisit parannuksia, jotta palvelun myyminen ja toimittaminen olisi entistäkin sujuvampaa?*

3. Ovatko tarjous- ja tilausasiakirjat selkeitä ja helposti ymmärrettäviä?*

- ☐ Kyllä
- ☐ Ei

Jos vastasit Ei edelliseen kysymykseen, niin tarkennatko miksi ja miltä osin asiakirjoissa on puutteita?

4. Onko asiakkaalta vaikeaa saada päätöksiä esim. ikkuna- ja ovivalintoihin, vesipisteiden ja valaisimien sijoitteluun?*

- ☐ Kyllä
- ☐ Ei

Jos vastasit KYLLÄ edelliseen kysymykseen, miksi päätöksiä on vaikea saada ja mihin asioihin?

5. Tuleeko jo tehtyihin valintoihin asiakkaan puolelta jälkikäteen muutoksia?*

- ☐ Ei ollenkaan
- ☐ Harvoin
- ☐ Satunnaisesti
- ☐ Usein
- ☐ Jatkuvasti

Jos muutostarvetta tulee, niin mitä asioita ne useimmiten koskevat?

6. Ovatko kauppasopimukseen jälkikäteen tehtävät muutokset ja lisätilaukset hyödyllisiä suhteessa niihin käytettyyn työmäärään?*

- ☐ Kyllä
- ☐ Ei
- ☐ Jokin muu, mikä?

Miksi?*

7. Toisiko sisustussuunnittelupalveluiden käyttäminen tilausvaiheessa helpotusta Sisusta Vapaasti palvelun myyntiin ja toimittamiseen?*

- ☐ Kyllä
- ☐ Ei

Jos vastasit KYLLÄ edelliseen kysymykseen, miksi?

8. Missä laajuudessa sisustussuunnittelupalveluista olisi hyötyä Sisusta Vapaasti palvelun myynnissä ja toimittamisessa? Voit valita useamman vaihtoehdon. *

- ☐ Kevyt konsultointitapaaminen suunnittelijan kanssa
- ☐ Tilasuunnittelu (tilojen toiminnallisuuden tarkastelu irtokalustuksen näkökulmasta mm. väliseinälinjat, ikkuna- ja oviaukotukset oikeille paikoilleen)
- ☐ Kiintokalustesuunnittelu (sähkö- ja vesipisteet oikeille paikoilleen)
- ☐ Valaistussuunnittelu
- ☐ Toimitukseen sisältyvien sisustusmateriaalien- ja värien valinta
- ☐ 3D-visualisointikuvat
- ☐ Jokin muu, mikä?

9. Missä hintahaarukassa asiakkaille tarjottavat sisustussuunnittelupalvelut olisivat vielä realistisia, jos niiden avulla saataisiin kauppa klousattua ja hinta sisällytettäisiin kauppahintaan?*

- ☐ 0-200€
- ☐ 200-500€
- ☐ 500-1000€
- ☐ 1000-1500€
- ☐ 1500€-2000€
- ☐ 2000€-2500€
- ☐ 2500€-3000€
- ☐ 3000€-3500€
- ☐ 3500€-4000€
- ☐ 4000€-4500€
- ☐ 4500€-5000€
- ☐ yli 5000€

10. Kuka hoitaa useimmiten sisustus- ja viimeistelyvaiheen työt Sisusta Vapaasti kohteissa? *

- ☐ Myyjän suosittelema yhteistyökumppani
- ☐ Myyjän oma rakennusliike
- ☐ Hongan aliurakoitsija
- ☐ Asiakkaan hankkima urakoitsija
- ☐ Asiakas itse

11. Kuinka hyvin Sisusta Vapaasti palvelu tavoittaa ja palvelee alunperin muuttovalmista ratkaisua kaivanneet asiakkaat? Arvioi asteikolla 0-5, 0=Heikosti...5=Erittäin hyvin *

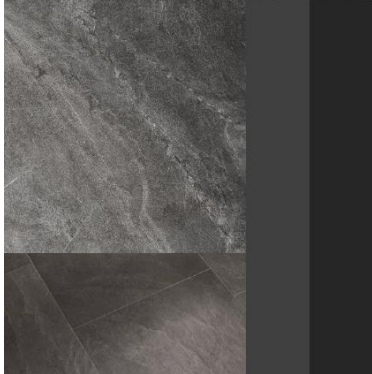
0 1 2 3 4 5

12. Kuinka monta Sisusta Vapaasti toimitusta olet myynyt tai käsitellyt viimeisen vuoden aikana? *



Rouhea Loft ROCK

- Hirret luonnolliset puunsävy: Teknos T3070
- Väliseinät: Tikkurila G485 Kanvaasi
- Keittiö: Hiilen musta sileä koivuviiluovi, mustat kivitasot, beige metallinen välitilan laatoitus, mustat vetimet
- Oleskelutilojen lattiassa kivikuosinen tumma laatta: LPC Rocks 500 60X60 Nero, matta (Imola, X-Rock 60N)
- Makuuhuoneissa parketti: Timberwise, Tammi/ Oak Vintage ARCTIC
- Katossa hirsiseinien sävyinen rimoitus tai valkoinen effex paneeli
- Mustat ikkunat ja ovet
- Tyyli: Rouhea, maskuliininen, kontrastit, luonto



Vähäeleinen Minimalistinen ZEN

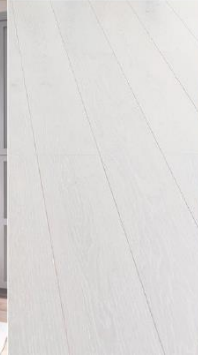
- Hirret vaaleat puunsävyt: Teknos T3026
- Väliseinät: Tikkurila F487 Höyhen
- Keittiö: Fenix 0717 Castoro Ottawa (ruskean harmaa), vetimetön, saman sävyinen työtaso, välitilan laatoitus kuten lattia
- Oleskelutilojen lattiassa betonikuviointu vaalea laatta: LPC Milan 60X60, 01 kalkki, matta (Mirage, Clay / Calm CL 01)
- Makuuhuoneissa parketti: Timberwise, tammi LEVI
- Katto valkoinen (kipsilevy) tai hirren sävyinen rimakatto
- Valkoiset ikkunat ja ovet (tai kuultovaaleat kuten hirsiseinä)
- Tyyli: yksinkertaistettu, selkeälinjainen, ajaton, kevyt

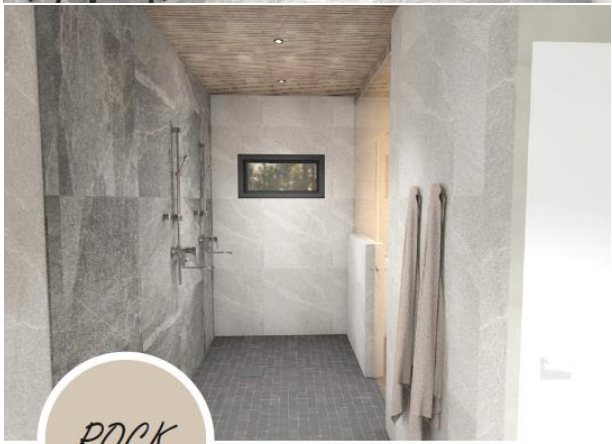
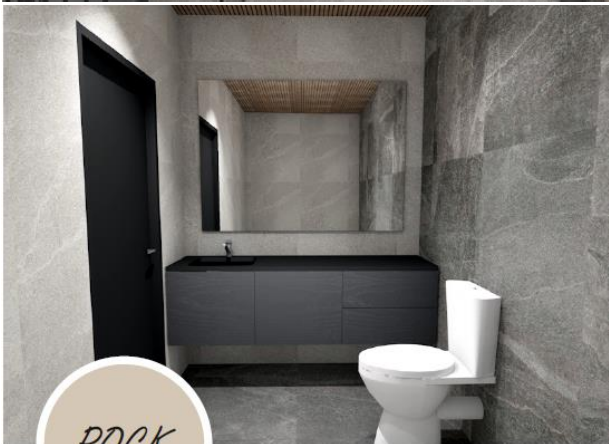




Kodikas Maalaisromanttinen COUNTRY

- Hirret lämmin harmaan sävy: Teknos T3043
- Väliseinät: Tikkurila G487 Batisti
- Keittiö: Vaaleanharmaa koivuviilu kehysovi, valkoiset kvartsi tasot, valkoinen välitilan laatoitus ja messinkiset vetimet
- Oleskelutilojen lattiassa betonikuvioitu kulutettu vaalea laatta: LPC Bohemian 300 60X60 valkoinen, matta (Imola, Riwerside 60W)
- Makuuhuoneissa parketti: Timberwise, Tammi/ Oak Vintage FROST
- Katossa valkoinen paneeli
- Valkoiset ikkunat ja ovet
- Tyyli: kodikas, vaalea, pehmeä, kulutettu







ZEN



ZEN



DESIGN



DESIGN



ZEN



ZEN



DESIGN



DESIGN



COUNTRY



COUNTRY



DESIGN



DESIGN



COUNTRY



COUNTRY



DESIGN



DESIGN