

Viivi Tuominiemi

NUORTEN NAISTEN
KATUVAATEMALLISTO
CTRL CLOTHING OY:LLE

Opinnäytetyö
Muotoilun koulutusohjelma


Tammikuu 2010




MIKKELIN AMMATTIKORKEAKOULU

Mikkeli University of Applied Sciences

KUVAILULEHTI

 <p>MIKKELIN AMMATTIKORKEAKOULU Mikkeli University of Applied Sciences</p>		Opinnäytetyön päivämäärä 28.1.2010
Tekijä(t) Viivi Tuominiemi	Koulutusohjelma ja suuntautuminen Muotoilun koulutusohjelma, vaatesuunnittelu	
Nimeke Nuorten naisten katuvaatemallisto CTRL Clothing Oy:lle		
Tiivistelmä Opinnäytetyöni tavoitteena oli suunnitella nuorten naisten syksy-/talvimallisto CTRL-tuotemerkillä. CTRL Clothing Oy on rullalautailu- ja streetvaateyritys, jolta ilmestyy kaksi vaatemallistoa vuosittain, syksy/talvi sekä kevät/kesä. Molemmissa mallistoissa on vaatteita niin miehille kuin naisillekin. Suunnittelun lähtökohtana käytin asiakaskyselyä, sekä kuvakollaaseja. Tarkkailin myös yleisesti nuorten pukeutumista ja siihen vaikuttavia tekijöitä. Kuvakollaaseja tein erilaisista vaatekappaleista sekä asusteista yhteensä 7 kappaletta Kyselylomakkeellani etsin vastausta siihen, mitä CTRL:n naisasiakkaat vaativat mallistolta syksyksi 2010. Kyselyn suoritin myymälöissä ja tapahtumissa, joissa myydään CTRL Clothing Oy:n vaatteita, lähinnä pääkaupunkiseudulla. Takaisin saatujen kyselylomakkeiden tiedot siirsin SPSS-tietokoneohjelmaan, jolla sain selville vastaukset kyselyyni. Tuloksissa ilmeni mm. asiakkaiden tyytyväisyys CTRL-tuotemerkin ja ne asiat, joita he vielä tuotemerkillä toivoisivat. Suunnittelussa täytyi edellisten lisäksi ottaa huomioon CTRL Clothing Oy:n aikaisemmat mallistot ja nimenomaan syysmallistoissa käytetyt mallit. Sain tuoda mallistoon myös omaa näkemystäni ja uutta ilmettä edellisiin mallistoihin nähden. Työn tuloksena syntyi 31-osainen naisten mallisto syksyille 2010. Mallistossani on 24 vaatekappaletta, sekä 7 asustetta. Näistä osa päättyy todennäköisesti CTRL:n mallistoon joko tällaisenaan tai hiukan muokattuna. En suunnitellut malleihin lainkaan värejä tai kuvioita, vaan nämä jäivät toimeksiantajani vastuulle, mikäli tuotteitani tuotantoon asti päättyy. Lopullisen arvioinnin sain toimeksiantajiltani Corel Draw-tietokoneohjelmalla tekemieni piirrosten pohjalta. Toimeksiantajani olivat tyytyväisiä mallistooni, heidän mielestään olin perehtynyt hyvin käyttäjälähtöiseen suunnitteluun, sekä heidän tuotemerkinsä imagoon ja se näkyi mallistossani.		
Asiasanat (avainsanat) Kyselytutkimus, vaatesuunnittelu, kuluttajakäyttäytyminen, käyttäjät, muoti		
Sivumäärä 58 sivua + liitteet 7sivua	Kieli Suomi	URN
Huomautus (huomautukset liitteistä)		
Ohjaavan opettajan nimi Satu Kivimäki Ilona Kauppi	Opinnäytetyön toimeksiantaja Esa Hytönen Tomi Friman	

DESCRIPTION

 <p>MIKKELIN AMMATTIKORKEAKOULU Mikkeli University of Applied Sciences</p>		Date of the bachelor's thesis 28.1.2010	
Author(s) Viivi Tuominiemi		Degree programme and option Degree Programme in Design, Fashion Design	
Name of the bachelor's thesis Young women's street wear collection for CTRL Clothing Oy			
Abstract <p>My intention in this bachelor's thesis was to design young women's fall/winter collection for CTRL Clothing Oy. CTRL Clothing Oy is a skateboarding and street wear company, which shows two collections every year, fall/winter and spring/summer. In both collections they have clothes for men and women.</p> <p>As the base for my designing I used a questionnaire and collages. I also studied young people's clothing and things that effect it. I made collages on different kind of garments and accessories, 7 altogether. With my questionnaire I wanted to survey what women customers want from the collection in fall 2010. I gave out the questionnaires in stores and affairs which sell CTRL-clothes, mostly in the metropolitan area. When I got all the questionnaires back, I fed all the data in a computer programme called SPSS for easy analysis. The results indicated, among other things how happy consumers are about CTRL and what they still need from the brand.</p> <p>In the design work I also had to take into account the characteristics of earlier CTRL-collections are like and specifically what kind of clothes they have used in fall collections. I was allowed to bring in my own vision and something new which the customers have not seen in earlier collection.</p> <p>The outcome of this work was a women's 31-piece-collection for fall 2010. There are 24 garments and 7 accessories in my collection. Some of them may be added in the collection ast they are or with some changes. I did not design any colours or prints, because Freeman want to do this on his own, if any of my designs should end up in their collection. The final evaluation by Hytönen and Freeman was made on the basis of the drawings I made with Corel Draw-program. Freeman and Hytönen were happy with my collection. They thought that I did a good job with designing for consumer and that I knew the image of the company well, which was clearly visible in my collection.</p>			
Subject headings, (keywords) Questionnaire, Fashion design, Consumer behavior, Users, Fashion			
Pages 58 + appendix 7 pgs	Language Finnish	URN	
Remarks, notes on appendices			
Tutor Satu Kivimäki Ilona Kauppi		Bachelor's thesis assigned by Esa Hytönen Tomi Friman	

SISÄLTÖ

1 JOHDANTO	1
2 YRITYKSEN ESITTELY	2
3 CTRL-MAAILMA	3
3.1 Aikaisemmat mallistot	4
3.2 Mallistoissa käytetyt materiaalit	5
4 NUORI KULUTTAJANA	6
4.1 Pukeutumisen merkitys nuorelle	6
4.2 Nuoren kulutustottumukset	7
5 TUTKIMUSMENETELMÄ	8
5.1 Kysely aineistonkeruumenetelmänä	8
5.2 Kyselyn toteutus	10
5.3 Kyselyaineiston analysointi	12
6 MALLIEN SUUNNITTELU	21
6.1 CTRL-nuorten pukeutuminen	22
6.2 Kuvakollaasit osana ideointia	23
6.3 Ensimmäiset mallit	31
6.4 Mallien jatkokehittäminen ja valmiit mallit	37
7 ARVIOINTI	54
8 POHDINTA	55
LÄHTEET	57
KUVALÄHTEET	58
LIITTEET	

1 JOHDANTO

Olen aina pitänyt värikkäistä ja rennoista vaatteista; huppareista, farkuista ja erilaisista t-paidoista. Tutustuin CTRL-tuotemerkkiin ollessani lukiossa ja Helsingin reissuilla laitoin useasti säästöni merkin vaatteisiin. Pääsin syventävään harjoitteluun CTRL Clothing Oy:lle itse kysymällä, ja työskentely merkin parissa vain vahvisti suhdettani merkkiä kohtaan. Työharjoitteluni CTRL Clothing Oy:llä oli unelmieni täyttymys, joten kysyin mahdollisuuksistani päästä tekemään merkille myös opinnäytetyötä.

Opinnäytetyöni tavoitteena on suunnitella kuluttajalähtöinen katuvaatemallisto CTRL- tuotemerkille syksyksi 2010. CTRL Clothing Oy:n art director Tomi Friman innostui heti syksyllä 2008 ideasta ja lupautui ohjaamaan minua tarpeen mukaan koko projektin ajan. Toimeksiantajanani toimii Tomi Frimanin lisäksi myös yrityksen toinen perustaja Esa Hytönen. Hytönen ja Friman antavat minulle todella vapaat kädet malliston suunnitteluun, ja mallien pääseminen tuotantoon riippuu niiden sopivuudesta yritykselle ja toimeksiantajieni mielipiteistä. Koska Tomi Friman käyttää taitelijanimeä ”Freeman”, käytän hänestä jatkossa tätä nimeä.

Tavoitteeni on suunnitella nuorten naisten mallisto, mikä tässä tapauksessa tarkoittaa, että kohderyhmänä ovat 15–35 vuotiaat tytöt ja naiset. Freeman tekee yrityksessä kaiken graafisen suunnittelun, joten minun toimeksiantoni sisältää ainoastaan mallien, ei värien tai kuviointien suunnittelua. Opinnäytetyöni tarkoituksena on siis suunnitella noin 25 vaatteen ja asusteen mallisto syksyille 2010. Mallien määrä tulee riippumaan siitä, kuinka paljon niissä tulee olemaan yksityiskohtia ja kuinka saan ajankäytön onnistumaan.

Koska mallistoni tulee olla käyttäjälähtöinen, täytyy minun tutkia CTRL Clothing Oy:n lisäksi sen asiakaskuntaa ennen suunnittelun aloittamista. CTRL ei tahdo olla massamerkki, vaan pysytellä tietyn asiakaskunnan suosiossa. Tämän takia minun täytyy tavoittaa juuri tämän ihmisryhmän edustajia. Olen päättänyt tehdä suunnittelun lähtökohdaksi kyselyn CTRL:n jo olemassa olevalle kuluttajakunnalle, jonka ajattelin tavoittaa CTRL:n vaatteita myyvissä vaateliikkeissä.

2 YRITYKSEN ESITTELY

CTRL Clothing Oy on kolmen miehen voimalla toimiva rullalautailu- ja katuvaateyritys, jonka toimisto sijaitsee Helsingin Kruunuhaassa. Pääsuunnittelijana yrityksessä toimii Tomi Friman, firman brand managerina Esa Hytönen ja sales & marketing-vastaava on firman uusiin tulokas Timothy Kühn. Suurin osa yrityksen myynnistä on kansainvälistä ja merkki onkin huomattavasti suositumpi esimerkiksi Japanin ja Saksan markkinoilla kuin Suomessa.

CTRL Clothing Oy on aloittanut toimintansa pienellä tuotannolla jo vuonna 1995, jolloin merkki oli nimeltään Control ja valmisti ainoastaan t-paitoja ja rullalautoja. 2000-luvun alussa nimi muuttui pikkuhiljaa Controllista CTRL:ksi. CTRL oli aluksi Santaco Sportin omistama ja Hytönen ja Freeman olivat tämän yrityksen alaisuudessa töissä, vaikka olivatkin merkin itse luoneet. Vuonna 2005 Hytönen ja Freeman ostivat merkin itselleen ja tekivät siitä osakeyhtiön. Yritys on kasvattanut mallistojensa kokoa ja myyntiään jatkuvasti. CTRL Clothing Oy esittelee kaksi mallistoa vuodessa, kevät-kesä- ja syksy-talvi-malliston.

Vuonna 2002 esiteltiin ensimmäinen poikien mallisto CTRL-nimellä ja vähitellen rinnalle alkoi ilmestyä tyttöjen vaatteita. Ensimmäinen kokonainen tyttöjen mallisto ilmestyi keväällä 2008. Samana vuonna CTRL sai myös riveihinsä myynnistä vastaavan Timothy Kühnin, joka oli työskennellyt Hytösen ja Freemanin kanssa Santaco Oy:llä ja tämän jälkeen tehnyt muita töitä CTRL Clothing Oy:n tiloissa, kunnes hän sai pestin CTRL:n parissa.

Tyttöjen mallistot ovat laajentuneet vuosi vuodelta, ja esimerkiksi kevään 2009 tyttöjen mallisto sisältää yli 30 tuotetta. Suurin inspiraation lähde sekä tyttöjen että poikien mallistoihin yrityksellä on rullalautailu, mutta myös musiikki, internet ja kaikki, mitä ympärillä tapahtuu, inspiroi merkin tekijöitä. CTRL on vahvasti mukana messutoiminnassa omalla osastollaan ympäri maailmaa, ja miehet matkustelevat Japania ja USA:ta myöten useasti vuodessa. Myynti- ja messumatkoilla eri puolilla maailmaa saa myös paljon ideoita seuraavia mallistoja varten.

Malliston matka ideasta kaupan rekkiin on pitkä ja monivaiheinen myös tässä yrityksessä. Syksyn mallien ideoinnin tulee olla valmis viimeistään tammi- helmikuussa, jolloin viivapiirroksot lähetetään tehtaille mm. Intiaan. Tehtailla on kaksi kuukautta aikaa valmistaa vaatteista ns. samplet eli mallikappaleet ja lähettää ne toimistolle. Kuukauden aikana sisäänostajat eri myymälöistä ympäri Suomea käyvät katsomassa sampleja toimistolla ja tekevät tilaukset vaatteista, joita omiin myymälöihinsä tahtovat. Tästä tuotantoon ja rahtiin kuluu vielä kolme kuukautta, ja näin syksyn vaatteet ovat kaupoissa suurinpiirtein elokuussa.

CTRL Clothing Oy:llä ei ole omaa putiikkia, vaan vaatteita myydään kaupoissa, joissa myydään CTRL:n lisäksi monen muun merkin tuotteita. Suomessa näitä liikkeitä sijaitsee eniten pääkaupunkiseudulla, mutta myös esimerkiksi Jyväskylässä, Lappeenrannassa, Turussa ja Tampereella. (Liite 2) Monilla kaupoilla on liiketilansa lisäksi verkkokauppa, joka myy muiden merkkien ohella myös CTRL:ää. CTRL:llä on myös oma verkkokauppa, joka tavoittaa erityisesti ne kuluttajat, jotka asuvat kaupungeissa, joissa CTRL:ää ei myydä. Verkkokaupalla on vakiintunut asiakaskunta ja sen ylläpitäminen on tärkeä osa jokapäiväistä työskentelyä toimistolla.

3 CTRL-MAAILMA

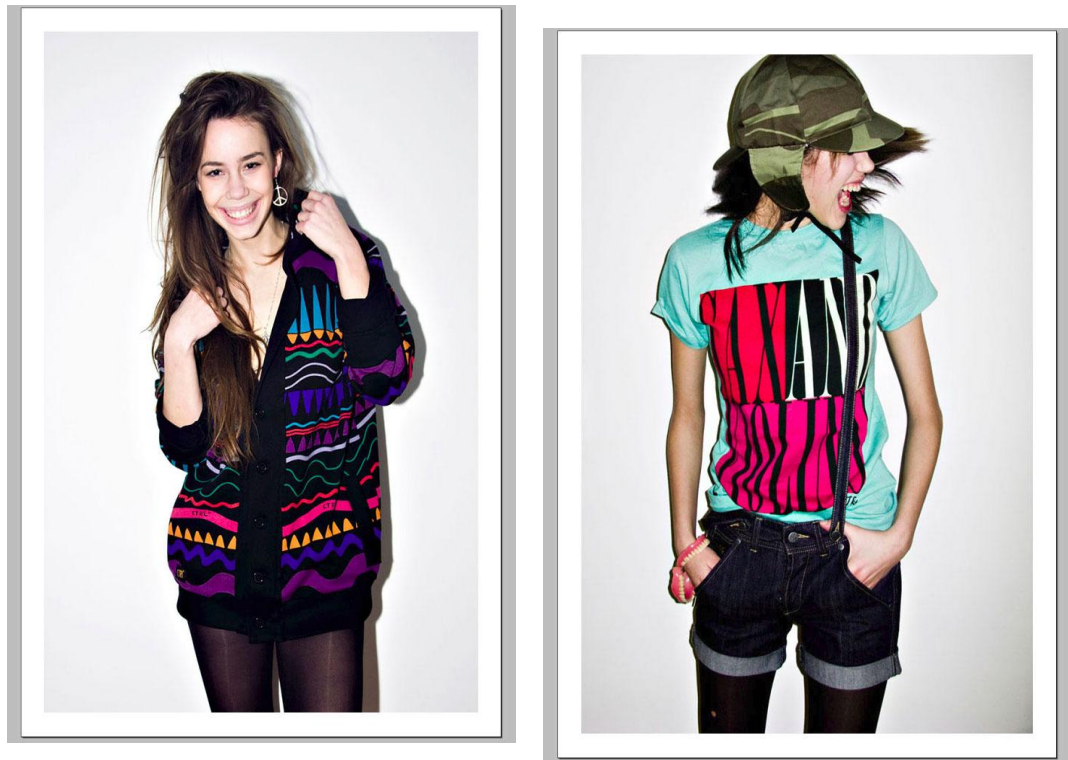
Jokainen CTRL Clothing Oy:n mallisto sisältää samankaltaisia elementtejä. Jokaisesta mallistosta löytyy t-paitoja, huppareita ja farkkuja. Tyttöjen mallistot ovat jo muutaman vuoden sisältäneet myös mekkoja, legginssejä sekä asusteita. Mallistot ovat laajentuneet vuosi vuodelta ja sisältävät joka vuosi uusia tuotteita. Asusteiden osuus mallistossa on kasvanut viime vuosina, koska kuluttajat tahtovat yhä enemmän mm. hattuja, käsiteitä, kaulahuiveja, laukkuja ja vöitä.

Mallistoa suunnitellessani minun on otettava huomioon edelliset mallistot ja ne tuotteet, jotka kuuluvat mallistoihin joka vuosi. Mallit eivät ole täysin samanlaisia eri vuosina, mutta esimerkiksi t-paidat myyvät joka sesonki, ja niitä tarvitaan jokaisessa mallistossa. T-paidan malli on kuitenkin muuttunut vuosien varrella leveämmästä ja lyhyemmästä mallista pidempään ja vartaloa myötäilevämpään malliin. Tavallisen t-paidan rinnalle on noussut lepakkohihaisia ja kokonaan hihattomia paitoja, joiden merkitys täytyy ottaa huomioon myös uutta mallistoa suunnitellessa.

3.1 Aikaisemmat mallistot

CTRL Clothing Oy:n vaatteet ovat malleiltaan periaatteessa yksinkertaisia, mutta jokaisessa vaatteessa on jokin juju kuten kankaan kuviointi tai erikoinen yksityiskohta. Värikkäät, persoonalliset printit ja kuvioinnit kankaissa sekä persoonalliset leikkaukset kaupallisissa arkivaatteissa ovat niitä asioita, joista CTRL Clothing Oy on tullut monelle tunnetuksi. Tämä on myös myyntivaltti ulkomaita myöten. (Kuvat 1 ja 2).

Vallalla oleva muoti ja tulevat trendit vaikuttavat myös CTRL:n mallistoihin, ja melkein vuoden päähän suunniteltavat mallistot vaativat suunnittelijalta trendien haistelun ja tulevaisuuden ennustamisen taitoa. Pitää tietää, milloin lahkeiden tulee olla kapeita, milloin vyötärölinjan kuuluu laskea lantiolle ja milloin nousta ylös ja millaisia päätteitä paitoihin kaivataan, jotta mallisto myisi halutulla tavalla.

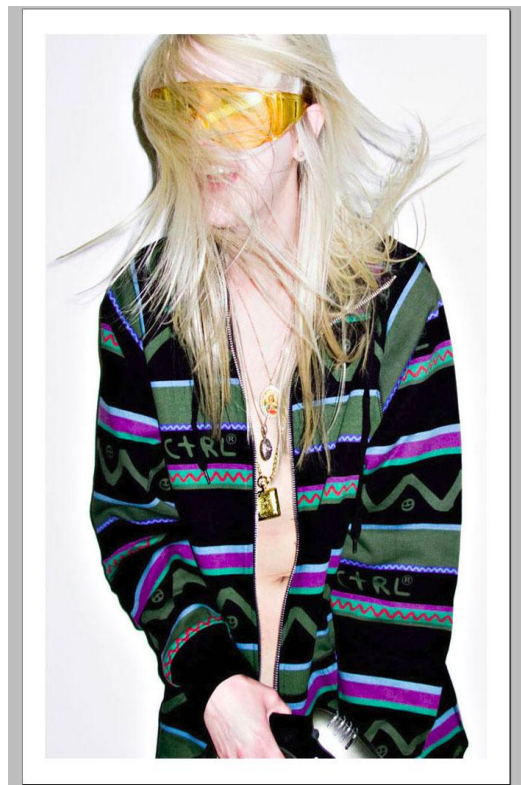


KUVAT 1 JA 2. Esimerkkejä aikaisemmista malleista, CTRL syksy 2008.

3.2 Mallistoissa käytetyt materiaalit

Suurin osa CTRL Clothing Oy:n vaatteiden materiaaleista on puuvillaa. Käytetyimpiä kankaita ovat farkku, trikoo, collegeneulos sekä housu- ja takkikankaana käytetty paksumpi puuvillakangas. Käytän jatkossa collegeneuloksesta nimitystä college, koska se on käytetympi termi kyseisessä yrityksessä. Monissa takeissa, huppareissa ja trikoo-paidoissa käytetään myös resoria esimerkiksi helmassa ja hihansuissa (Kuva 4). Merkin vaatteita on kuitenkin valmistettu myös esimerkiksi nahasta, vakosametista ja villakankaasta. (Kuva 3) Puuvilla materiaalina tekee vaatteista helppohoitoisia ja miellyttäviä käyttää. Koska CTRL:n vaatteet ovat tyyliltään rentoja arkivaatteita ja rullalautailuvaatteita, vaaditaan materiaaleilta joustavuutta, kestävyyttä ja rentoa ulkonäköä. Myös materiaaleihin vaikuttavat vallalla olevat trendit. Esimerkiksi nahkatakkit ovat viime vuosina olleet trendi, joten ne myyvät hyvin myös CTRL:n mallistoista.

Lisätarvikkeina mallistojen vaatteissa käytetään paljon metallisia vetoketjuja, erikokoisia muovisia nappeja, nyörejä ja metallineppareita. Huppareista useimmat ovat edestä avattavia, jolloin avausmekanismina toimii vetoketju, takeissa taas vetoketjun lisäksi on usein myös nappeja.



KUVAT 3 JA 4. Esimerkkejä aikaisemmista materiaaleista, CTRL syksy 2008.

4 NUORI KULUTTAJANA

Kuluttajakäyttäytymisellä tarkoitetaan sitä, millainen ihminen on kuluttajana, millaisia tavaroita ja asioita hän ostaa, mikä saa hänet tekemään ostopäätöksen ja tekeekö hän päätöksen pelkästään järkiperaisista syistä. Ihmisen päätökset ostaa jokin tuote saavat suurimman osan vaikutteistaan ympäröivistä ihmisistä, mutta myös esimerkiksi televisiomainokset, lehdet ja internet vaikuttavat ostopäätöksiin. Erilaiset sosiaaliset ryhmät aiheuttavat ihmisille paineita myös asioiden hankinnassa. Mikäli kaikki muut ryhmän edustajat omistavat tietyn tuotteen, miksen minäkin? Tällainen ryhmä voi olla esimerkiksi harrasteryhmä, ryhmä ystäviä tai perhepiiri. Suunnittelijan on hyvä perehtyä asiakaskuntansa kuluttajakäyttäytymiseen ennen suunnittelua, jotta tietää, mitkä asiat vaikuttavat asiakaskunnan ostopäätöksiin. (Solomon & Rabolt 2004, 2-3.) Suunnitellessani mallistoa CTRL:n asiakaskunnalle täytyy minun ottaa huomioon street- ja rullalautailuvaatteista kiinnostuneiden nuorten kuluttajakäyttäytyminen. Street-vaatteilla tarkoitetaan katumuotivaatteita, jotka sisältävät yleensä rentoja ja värikkäitä vaatteita kuten huppareita, mekkoja, farkkuja ja t-paitoja. CTRL:n mallistojen vaatteet ovat vuosien varrella kehittyneet pelkistä rullalautailuvaatteista ns. street-vaatteiksi. Suuri osa asiakkaista on ostanut jo aikaisemmin CTRL:n vaatteita ja ostaa myös muita vastaavien merkkien vaatteita.

4.1 Pukeutumisen merkitys nuorelle

Pukeutuminen on ihmiselle itsestäänselvää ja välttämätöntä, mutta kuinka moni todellisuudessa pukeutuu ainoastaan viileän sään ja siveellisyyden vuoksi? Pukeutuminen on kulttuuri- ja sukupuolisidonnaista, minkä vuoksi ihmiset esimerkiksi eri maista voivat kokea pukeutumisen todella eri tavoin. Suomalaiset koetaan tuulipukukansana, ja jos nuori suomalainen ei omista farkkuja, pidetään sitä kummallisuutena. Tällaisia tiedostamattomia itsestäänselvyyksiä on suomalaisessa pukeutumisessa, vaikkei mitään oikeita sääntöjä olekaan olemassa. (Ruohonen 2001, 27.) Vaikka kerään kyselyaineistoa suomalaisten nuorten naisten keskuudessa, täytyy mallistoa suunnitellessa kuitenkin ajatella globaalimmin. Mikäli tuotteita mallistostani päätyy tuotantoon asti, myydään niitä ympäri maailmaa, ei ainoastaan Suomessa.

Nuorelle ihmiselle on tärkeää saada pukeutua samalla tavalla kuin muut oman ikäiset, vaikka toki myös poikkeuksia on olemassa. Oman ikäisten ihmisten kanssa on aina eniten yhteistä, eikä esimerkiksi nuoren omat vanhemmat aina ymmärrä nuoren ostopäätöksiä tai vaateyhdistelmiä. Samaan ikäryhmään kuuluvat nuoret ovat eläneet saman ajan, nähneet saman muodin ja kokeneet suhteellisen samanlaisen maailman keskenään. Näin ollen heidän elämäkatsomuksensa on suurinpiirtein samanlainen ja käsitykset vaatteista yhtenäisiä. Tiettyyn ikään asti nuoret pukeutuvat suhteellisen samalla tavalla ja tietty yhteenkuuluvuus on tärkeää osoittaa vaatetuksella. (Solomon & Rabolt 2004,178.) Etenkin nuoria ihmisiä jaetaan helposti tyylin mukaan erilaisiin lokeroihin sen perusteella, millaisia vaatteita he käyttävät. Tyyli sisältää vaatetuksen lisäksi myös asusteet, kampaukset ja meikitavat sekä koko olemuksen ja asenteen. Kaupallisiin tarkoituksiin rakennetaan jatkuvasti uusia tyylyyrytyyppejä ja luokittelutapoja, jotta saavutettaisiin oikea kohderyhmä. (Ruuhonen, 2001, 27.) Nykyisin nuoria ihmisiä lokeroitaan mm. ”Punkkareihin”, ”Hippeihin”, ”Pissiksiin” ja ”Skeittareihin”. Joudun itsekkin omaa mallistoani suunnittelemaan ihmisiä tiettyihin lokeroihin löytääkseni oikean kohderyhmän ja luettelemistani ryhmistä minun kohderyhmääni kuuluvat ainakin ”skeittarit”, joilla tarkoitetaan rullalautailun harrastajia.

4.2 Nuoren kulutustottumukset

Kuluttajan ikä vaikuttaa kulutustottumuksiin erilaisilla tavoilla. Nuori kuluttaja ei välttämättä voi vielä itse päättää omista rahoistaan eikä tehdä ostopäätöksiä itsenäisesti. Tämä vaikuttaa suuresti varsinkin hintavampien vaatteiden ostoon. Sinikka Ruuhonen (2001) on kuitenkin selvittänyt väitöskirjassaan, että nuoret pyrkivät määrittelemään oman varallisuutensa, joka ei ole välttämättä sama kuin vanhempien varallisuus. Nuoret kuluttajat ovat nykyisin hyvin hintatietoisia, mutta hintakysymyksistä ajatellaan eri tavoin. Osa käsittää kalliin hinnan laadun takeena, toinen taas pitää edullisempaa vaatetta kannattavampana eikä ajattele vaatettaan niin pitkäaikaisena hankintana. (Ruuhonen 2001, 26,82.) Koska nuorilla ei useinkaan ole käytössään luottokortteja, joutuu moni nuori säästämään rahaa saadakseen kalliimman tuotteen. Koska ikähaarukka valitsemassani kohderyhmässä on melko suuri, elää suuri osa näistä nuorista naisista täysin omillaan ja moni on jo vahvasti kiinni työelämässä.

Nuoret ovat nykyään myös hyvin merkkítietoisia ja osalla nuorista on tarve näyttää ystävilleen ja muulle maailmalle olevansa yhtä muoti- ja merkkítietoisia. Eri kaveri- tai harrastepiirit pitävät erityylysiä vaatemerkkejä tärkeinä. Rullalautailupiireissä merkit kuten CTRL, DC tai Melodica antavat uskottavan kuvan harrastajasta ja nuorimmat merkkien ostajat ovatkin 8 - 10-vuotiaita. Merkkítietoisuus tuntuu kasvavan vuosi vuodelta ja myös vanhemmat tuntevat nuorison suosimat merkit. Street- ja rullalautailumerkit ovat alkaneet näin ollen tekemään vaatteita myös hyvin pienissä kokonumeroissa, jopa vauvoille. Vauvojen rullalautailuvaatteet menevät hyvin kaupaksi mm. siksi, että ensimmäinen rullalautailusukupolvi on jo ns. keski-ikäistynyt ja tahtoo nyt pukea lapsensa samanhenkisesti.

5 TUTKIMUSMENETELMÄ

Koska CTRL Clothing Oy haluaa pitäytyä jo olemassa olevassa kuluttajakunnassaan, on tärkeää tutustua tähän ihmisryhmään ja syihin, jotka saavat nämä ihmiset ostamaan merkin vaatteita yhä uudestaan. Jotta saisin tehtyä mahdollisimman käyttäjälähtöisen malliston kyseiselle tuotemerkillle, haluan perehtyä asioihin, joita kuluttajat pitävät omissa vaatteissaan sekä CTRL:n vaatteissa tärkeinä. Mielestäni paras tapa saada tietoa kuluttajakunnalta on suorittaa kysely suoraan tämän ihmisryhmän edustajille. Kyselyn avulla pyrin löytämään vastauksen kysymykseen: ” Mitä CTRL:n naiskuluttajat toivovat vaatteiltaan etenkin syksyille 2010? ”

5.1 Kysely aineistonkeruumenetelmänä

Kysely on standardoitu tapa kerätä tutkimusaineistoa. Aineistonkeruumenetelmänä kyselystä käytetään myös nimeä survey-tutkimus, joka tarkoittaa sitä, että kysely on vakioitu. Vakioiminen tarkoittaa, että jokaiselta vastaajalta kysytään samoja asioita, tismalleen samalla tavalla. Kyselyä käytetään määrällisessä eli kvantitatiivisessa tutkimusmenetelmässä. Tavoitteena määrällisessä tutkimuksessa on kuvailla numeraalisesti jotakin asiaa, asian muutosta tai sen vaikutusta johonkin toiseen asiaan. (Vilkkä 2005, 180–181.) Tekemässäni kyselyssä on kyse nimenomaan määrällisestä tutkimuksesta, jossa pyrin löytämään vastauksia malliston suunnittelua edistäviin kysymyksiin.

Kyselylomaketutkimus sopii hyvin suurelle ja hajallaan olevalle ihmismäärälle, koska siinä vastaaja itse lukee kirjallisen kysymyksen ja vastaa siihen itse kirjallisesti. Tällaisessa kyselyssä vastaaja jää myös yleensä tuntemattomaksi, joten kysely sopii myös arkaluontoisemman aineiston keruumenetelmäksi. (Vilka 2005, 73–74.) Kyselytutkimus on erittäin laajalle levinnyt muoto hankkia aineistoa suurten joukkojen käsityksistä, asenteista, mielipideistä..jne. Kyselyssä hankittavan tiedon määrä on kuitenkin suhteellisen pieni.(Anttila 1998, 237.) Mielestäni kysely sopii hyvin tarvitsemani aineiston hankintaan,sillä siihen vastaaminen on helppoa ja nopeaa ja saan sillä tarvitsemani tietoa suoraan asiakkailta.

Kyselyä laatiessa on äärimmäisen tärkeää ottaa huomioon, mitä kyselyllä halutaan selvittää, mihin kysymyksiin kyselyllä halutaan saada vastauksia. Kysymysten tulee olla sellaisia, että niistä saadaan tutkimukselle hyödyllistä tietoa, eikä seassa ole kysymyksiä vain siksi, että jotakin asiaa olisi mukava kysyä. (Vilka, 2005, 81.) Tässä kyselyssä täytyy myös ottaa huomioon, ettei kyselyyn vastaaja ole välttämättä vaatetusalan ammattilainen. Tämän takia kysymysten täytyy olla sellaisessa muodossa, että tavallinen kansalainen osaa niihin vastata. On myös tärkeää tuntea tutkittava kohderyhmä, tietääkseen millaisia termejä käyttää ja miten kysymykset esittää mahdollisimman selkeässä muodossa. Tarkoitukseni on selvittää nimenomaan tietyn kuluttajakunnan mieltymyksiä yleensä vaatteista ja CTRL-tuotemerkkiä kohtaan. Keskeisiä käsitteitä tässä kyselyssä ovat CTRL, syksy, vaatteet, sekä kuluttajien omat mieltymykset.

Kyselylomake kannattaa aina tehdä alusta loppuun itse eikä käyttää jo olemassa olevaa kyselylomaketta. Jokainen kysely on kuitenkin oma kokonaisuutensa, joten samanlainen lomake ei sovellu erilaisiin kyselyihin. Kyselylomakkeen tulee myös olla mahdollisimman lyhyt ja yksinkertainen, jotta vastaaja jaksaa keskittyä siihen ja kokee vastaamisen yksinkertaisena ja nopeana. Samoista aiheista suositellaan tehtävän sekä jäsenneltäviä että avoimia kysymyksiä, jotta vastausten yhdenmukaisuutta voidaan arvioida. (Anttila, 1998, 358.)

Koska kysely suoritetaan suurimmalta osin vaateliikkeissä, täytyy kyselyn olla nopeasti ja helposti vastattava. Tämän vuoksi päädyin kyselyssäni valmiisiin vastausvaihtoehtoihin, joilloin vastaajan täytyy ainoastaan ympyröidä oma vastauksensa jo olemassa olevista vaihtoehdoista. Jokaisessa kysymyksessä on kuitenkin myös avoin vaihtoehto, mi-

käli yksikään vaihtoehtoista ei ole vastaajalle sopiva. Kyselyn loppuun halusin vielä lisätä avoimen kohdan, johon jokainen vastaaja voi vielä lisätä mietteitään liittyen CTRL:n tai vaikkapa itse kyselyyn. (Liite 1)

Kysymyksiä pohdittaessa on syytä miettiä avoimen ja suljetun kysymyksen lisäksi myös, minkälaisia suljettuja kysymyksiä kyselyyn haluaa sisällyttää ja missä muodossa olevilla kysymyksillä saa parhaiten sellaisia vastauksia, joita kyselyllään hakee. Kysymykset voivat olla laadittu esimerkiksi normaaliasteikolle, järjestysasteikolle tai Likert-asteikolle. (Anttila 1998, 360.) Laatiessani kyselyä, oli selvää, että käyttäisin normaaliasteikkoa, koska se sopii tarvitsemani tiedon hakuun parhaiten. Normaaliasteikossa vastaaja valitsee sopivimman vaihtoehdon monista vaihtoehtoista, eivätkä vaihtoehdot ole millään asteikolla. (Anttila, 1998, 360.)

Kyselystä puhuttaessa otetaan usein esille kadon suuruus, sillä kaikki vastaajat eivät välttämättä ole kiinnostuneita kyselyyn vastaamisesta. (Anttila, 1998, 238.) Tämä ei kuitenkaan koske tekemääni kyselyä, sillä en lähettänyt kyselyäni postitse vaan suoritin kyselyn paikan päällä, jolloin ihminen pystyy kieltäytymään vastaamisesta jo ennen lomakkeen saamista. Lisäksi toivoin kyselyyn vastanneiden ihmisten olevan kiinnostuneita pukeutumisestaan ja CTRL:n vaatteista riittävästi vastatakseni kyselyyn.

5.2 Kyselyn toteutus

Päätin suorittaa kyselyn myymälöissä, jotka myyvät CTRL:n tyttöjen vaatteita. Myymälöitä on ympäri Suomea, mutta niistä suuri osa sijaitsee pääkaupunkiseudulla. Alun perin tarkoitukseni oli tehdä kysely ainakin seuraavissa liikkeissä: Beamhill, Stockmann One Way, Union Five ja Team Place (Helsinki) sekä Beyond (Jyväskylä). Näistä kuitenkin vain Union Five ja Beyond toteutuivat ajankäytön ja taloudellisten seikkojen vuoksi. Lisäksi pääsin suorittamaan kyselyä Tampereen Carteliin. Myös CTRL Clothing Oy:n Sample Sale-ystävämyyntipäivä oli mainio mahdollisuus kerätä iso määrä kyselyitä. Koska CTRL:llä on myös oma verkkokauppa, ehdotti Esa Hytönen kyselyn lähettämistä myös verkkokaupan vakioasiakkaille virtuaalisesti täytettäväksi. Valitettavasti virtuaalinen kysely osoittautui mahdottomaksi asiakassähköpostin liitetiedosto-ongelmien vuoksi.

Tarkoitukseni oli viettää jokaisessa myymälässä aikaa noin 4-8 tuntia ja lähestyä sopivan ikäisiä naispuolisia asiakkaita ystävällisesti kysymällä, olisiko heillä aikaa tällaiseen kyselyyn. Asiakas täytti itse kyselyn, eikä kyselyn täyttämiseen ole mitään aikarajaa. Koska kysymyksissä on valmiit vaihtoehdot, kyselyyn vastaaminen on kuitenkin suhteellisen nopeaa ja helppoa. Vaikka kyseessä ovat nuoret aikuiset, ajattelin palkita kyselyyn vastanneet jollakin pienellä makealla. Aloitin kyselyn suorittamisen 16.5.2009 CTRL Sample Sale-tapahtumassa, jossa tarkoituksena oli myydä syksyn 2009 sample-kappaleita sekä varaston vanhempia tuotteita alennetuin hinnoin CTRL:n omalla toimistolla. Olin koko päivän auttamassa myynnissä ja samalla pyytämässä ihmisiä vastaamaan kyselyyni. Sainkin päivän aikana 56 kpl vastauksia ja vain hyvin harva kieltäytyi vastaamasta. Seuraava kyselypaikkani oli Beyond-liike Jyväskylän keskustassa 3.6.2009, jossa minulla oli aikaa viettää ainoastaan 4 tuntia. Sain kuitenkin Jyväskyläs-täkin yli 20 vastausta, johon olin hyvin tyytyväinen.

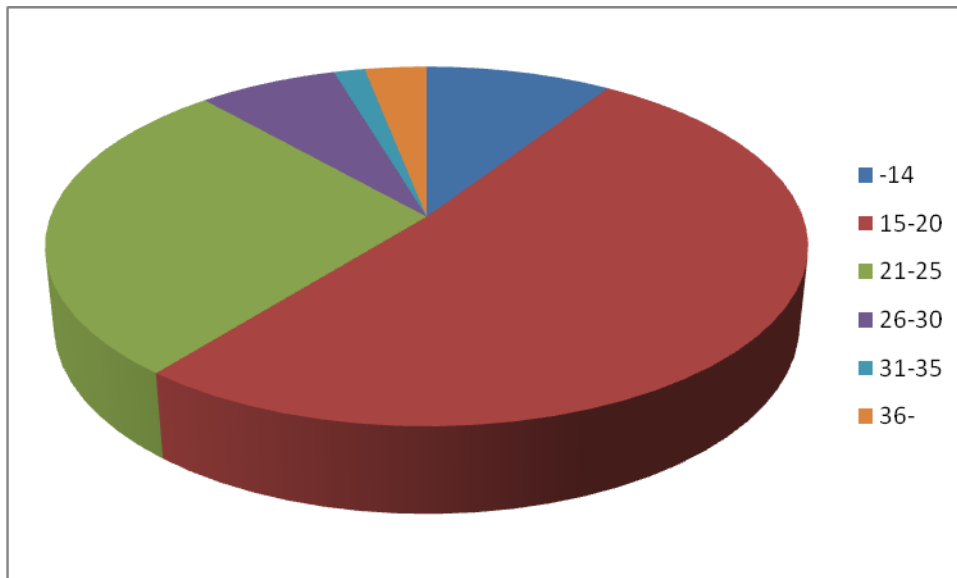
Heti ensimmäisten kyselykokemusteni jälkeen aloin käydä vastauksia läpi ja huomasin ongelmia. Vastajat eivät lukeneet kysymyksiä huolella, vaan vastaukseksi oli valittu useampi vaihtoehto kuin, mitä olin suunnitellut. Kyselyn alussa luki selkeästi, että kyselyssä tulee valita vain yksi vaihtoehto, ellei kysymyksessä toisin sanota. Kuitenkin monen kysymyksen kohdalla oli ympyröity haluttu määrä, jopa seitsemän vastausvaihtoehtoa. Jouduin siis hylkäämään joidenkin lomakkeiden tietyt kysymykset, koska en halunnut hylätä koko kyselylomaketta. Vastaajamäärät eri kysymyksissä ovat täten hiukan vaihtelevat, mutta vaihtelevuus ei ole mielestäni liian suurta. Seuraaviin tulostettuihin kyselyihin laitoin korostetusti ohjeet vastausten määristä.

Seuraavaksi suoritin kyselyäni Tampereen Cartel-myymälässä perjantapäivänä, jolloin myymälä oli kovin hiljainen. Sain viidessä tunnissa ainoastaan 20 vastaajaa. Resurssini eivät riittäneet matkustamaan Helsinkiin kesäkuun aikana lainkaan ja pääsin suorittamaan kyselyäni Union Fiveen vasta heinäkuun lopussa. Vietin myymälässä kuusi tuntia ja sain 30 vastausta. Tämän lisäksi olin lähettänyt kyseisiä muutamille tuttavilleni sähköpostitse ja lopullinen vastausten määrä oli täten 130. Lopetin kyselyn suorittamisen elokuun alussa, jotta minulle jäisi aikaa analysoida vastauksia ennen malliston lopullista suunnittelua.

5.3 Kyselyaineiston analysointi

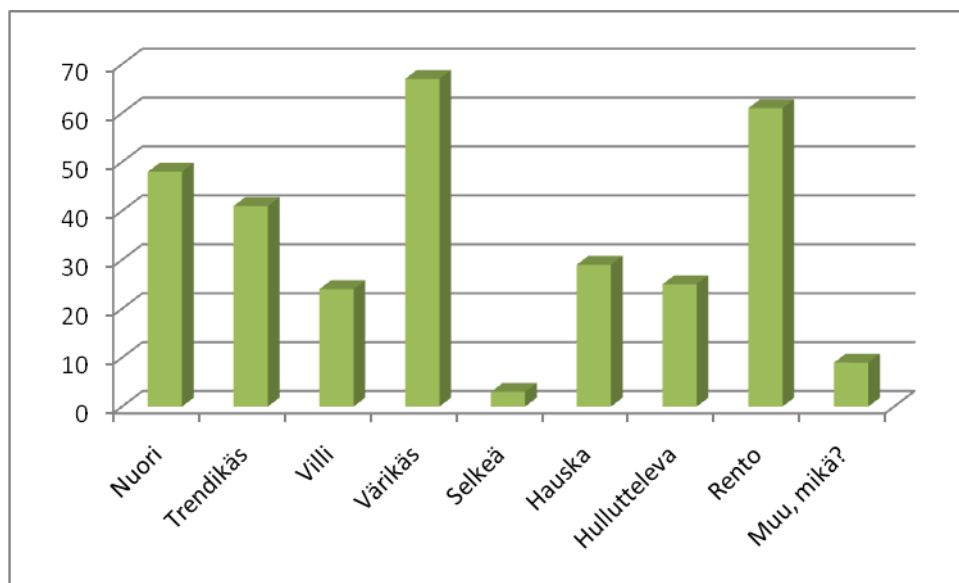
Kävin kyselyitä läpi jo ensimmäisen kyselykokemuksen jälkeen ja huomasin paljon yhteneväisiä vastauksia. Lopulliset tulokset sain selville kuitenkin vasta saadessani vastaukset tietokoneelle. Opiskelin SPSS-ohjelman käyttöä, jotta sain laitettua vastaukset kyseiseen ohjelmaan. Ohjelman avulla sain laskettua helposti, mitkä olivat suosituimpia vastausvaihtoehtoja ja sain SPSS:n ja Excelin avulla tehtyä numeroista erilaisia diagrammeja, jotka kuvaavat selkeämmin saatuja tuloksia.

Ikäjakauma on yksi seikka, joka näkyy selkeästi kyselyiden tuloksista. Kyselyyn vastanneista 51,5 % oli 15–20-vuotiaita ja yli 30-vuotiaita vain 4,6 % (Kuva 5). Nuoria vastaajia on siis todella paljon, kun taas yli 25-vuotiaiden vastaajien osuus jää kovin pieneksi. Olisin halunnut saada enemmän vastauksia myös vanhemmilta CTRL:n asiakailta, koska heitä kuitenkin on olemassa.



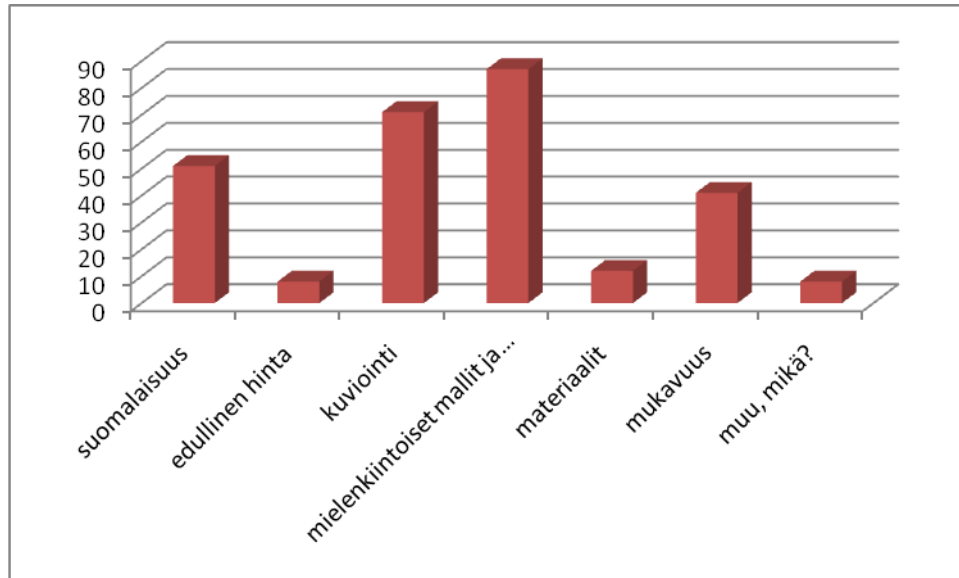
KUVA 5. Vastanneiden ikäjakauma.

CTRL-tuotemerkkiä kuvaavista ominaisuuksista (Kuva 6) selkeästi eniten oli valittu ”värikä”-vaihtoehtoa. 67 vastaajaa 130:sta oli valinnut värikkään yhdeksi parhaiten kuvaavista ominaisuuksista. Seuraavaksi suosituin oli ”rento” (61 vastausta) ja kolmanneksi suosituin oli ”nuori” (48 vastausta). Vähiten kuvaavin ominaisuus vastaajien mielestä oli ”selkeä”, jonka valitsi ainoastaan 3 vastaajaa. ”Muu, mikä?”-kohtaan oli kirjoitettu mm. ”Just ihana”, ”street” ja ”uusiutuva”, jotka myös minun mielestäni kuvaavat hyvin kyseistä merkkiä. Osa vastaajista valitsi ainoastaan yhden ominaisuuden, osa kaikki kolme. Hylättyjen listalle joutuivat vastaukset, joissa oli ympyröity liian monta vaihtoehtoa.



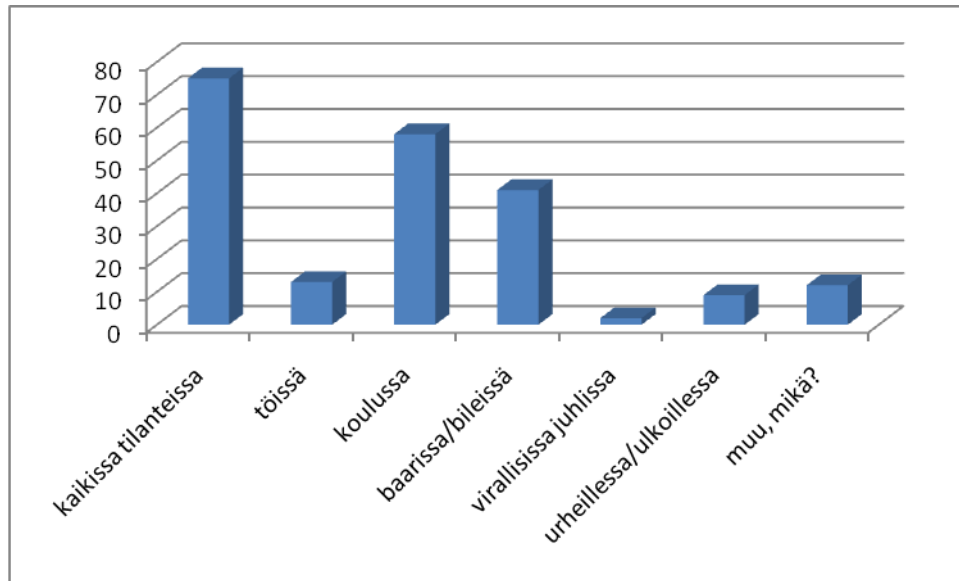
KUVA 6. CTRL – tuotemerkkiä kuvaavat ominaisuudet.

CTRL-vaatteiden ostoperusteista (Kuva 7) Kolme suosituinta olivat ”mielenkiintoiset mallit ja yksityiskohdat” (87 vastausta) kuviointi (71 vastausta) ja suomalaisuus (51vastausta).Edullinen hinta sai vähiten vastauksia (8 vastausta), mikä voi johtua osittain siitä, ettei moni kyselyyn vastaajista pidä merkin tuotteita erityisen edullisina. Lisäksi tuotiin esille sellaisia perusteluita, kuten ”fiilis” ”CTRL itse!!” ja ”erilaisuus”.



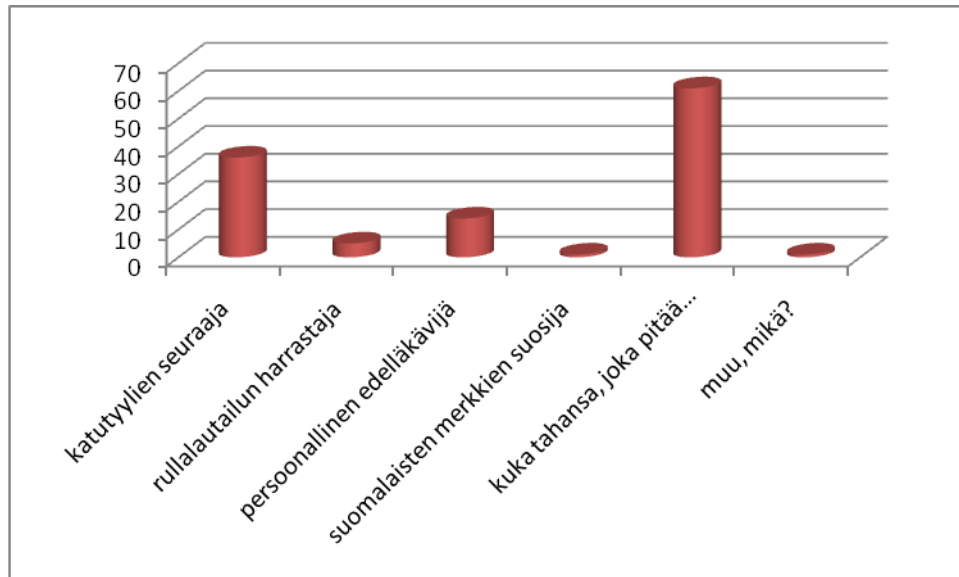
KUVA 7. CTRL:n vaatteiden ostoperusteet.

CTRL-vaatteita käyttää 58,6% vastaajista (75 vastaajaa) kaikissa tilanteissa ja löytävät mallistosta päälle pantavaa joka lähtöön (Kuva 8). Toiseksi suosituin vastausvaihtoehto oli vaatteiden käyttö koulussa, jossa merkin vaatteita käyttää 58 vastaajaa ja kolmanneksi eniten vastauksia sai baarissa/bileissä käyttö (41 vastausta). Lisäksi vastaajat käyttävät merkin vaatteita kaikissa muissa tilanteissa, paitsi virallisimmissa juhlissa kuten häissä tai hautajaisissa.



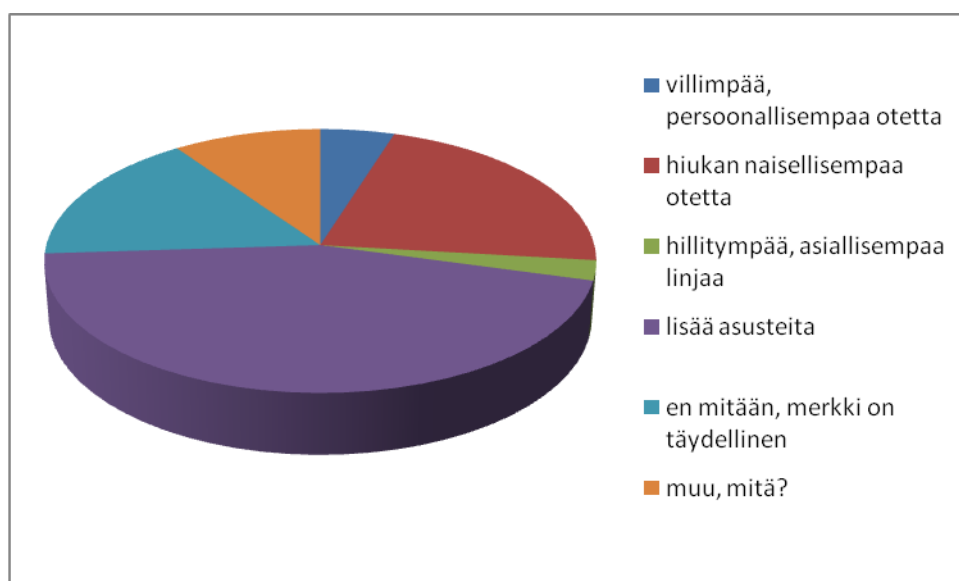
KUVA 8. CTRL:n vaatteiden käyttötilanteet.

Vastaajien näkemys CTRL:m kuluttajakunnasta (Kuva 9). Jopa 51,7% (61 vastaajaa) vastanneista oli sitä mieltä, että kuka tahansa voi ostaa merkin vaatteita näin halutesaan. Seuraavaksi eniten vastauksia sai vaihtoehto ”katutyöliien seuraaja” (36 vastaajaa).



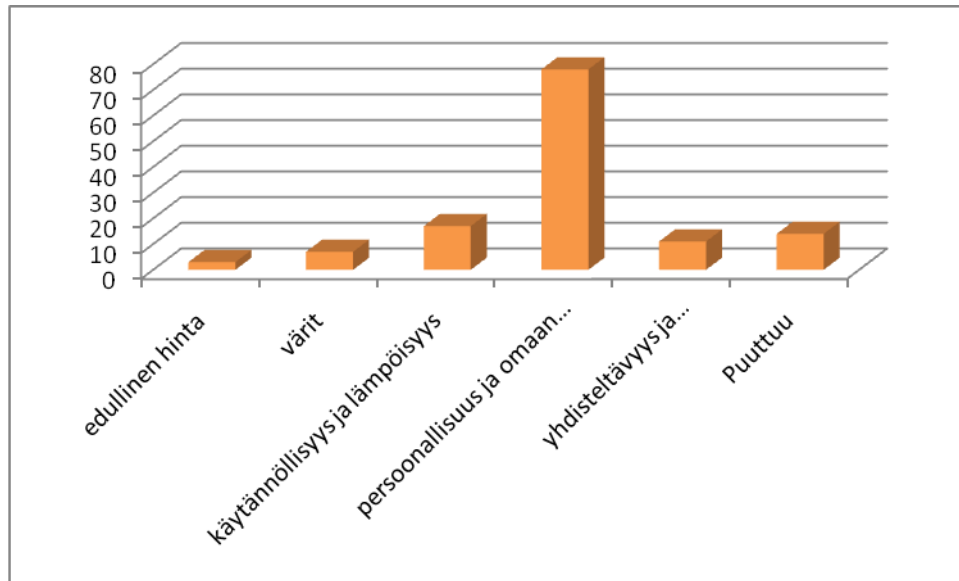
KUVA 9. Vastaajien näkemys CTRL:n kuluttajakunnasta.

CTRL-mallistoille asetetuista odotuksista (Kuva 10) selkeästi eniten haluttiin asusteita (55 vastaajaa) Myös hiukan naisellisempaa otetta oltiin vailla (27 vastaajaa), mutta jopa 20 vastaajaa oli täysin tyytyväisiä CTRL:n, eivätkä kaipaasi mitään muutoksia.



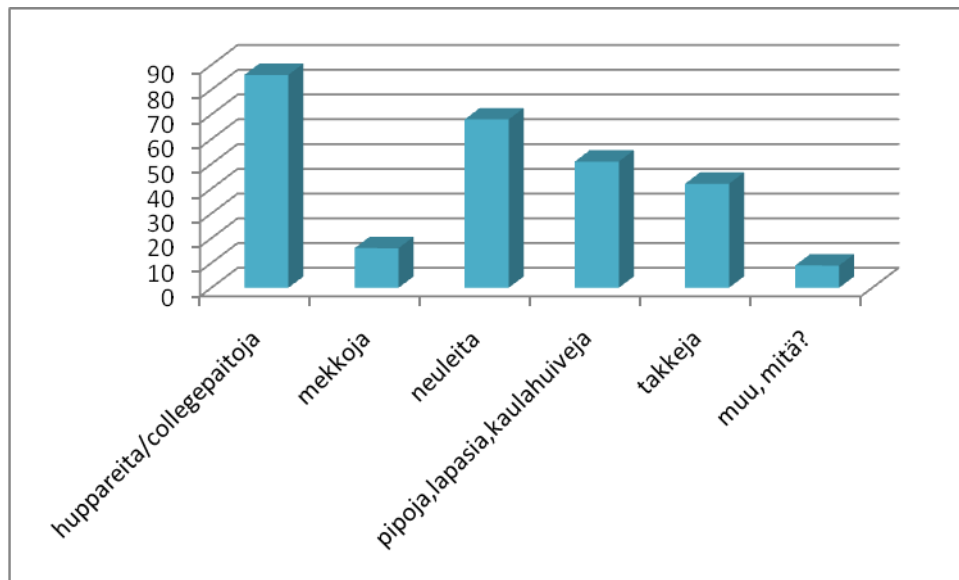
KUVA 10. Vastaajien mielipide vielä kaivattavista ominaisuuksista.

Syysvaatteiden tärkeimpänä kriteerinä (Kuva 11) vastaajat pitivät persoonallisuutta ja omaan tyyliin sopivuutta, mikä saikin 67,2% kysymykseen oikein vastanneiden vastauksista. Edullinen hinta koettiin vähiten tärkeänä kriteerinä, sen valitsi tärkeimmäksi ainoastaan 3 vastaajaa. Vastaaminen tähän kysymykseen tuotti eniten vaikeuksia. Jopa 14 vastaajaa ympyröi tässä kysymyksessä liian suuren määrän vastausvaihtoehtoja, mikä näkyy ”Puuttuu”-osuutena diagrammissa. Nämä vastaukset olen siis hylännyt.



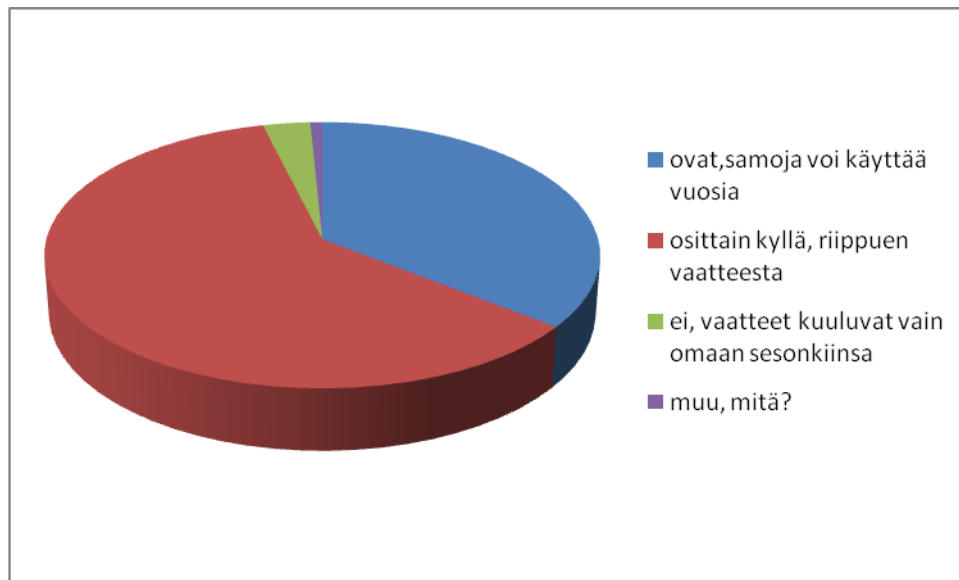
KUVA 11. Vastaajien mielestä tärkeimmät kriteerit syysvaatteissa.

Syksyn tärkeimmäksi vaatekappaleeksi (Kuva 12) selkeästi suurin osa (67,7 %, 86 vastaajaa) valitsi hupparit ja collegepaidat, seuraavaksi suosituin vaatekappale olivat neuleet (68 vastaajaa) ja kolmantena tulivat asusteet eli pipot, lapaset ja kaulahuivit (51 vastaajaa). Lisäksi ehdotettiin mm. farkkuja, kenkiä ja ”kaikki listan vaatteet”. Mekkojen osuus oli yllättävän pieni, ainoastaan 23 vastaajaa pitää mekkoja kolmen tärkeimmän vaateostoksen joukossa (Kuva 12).



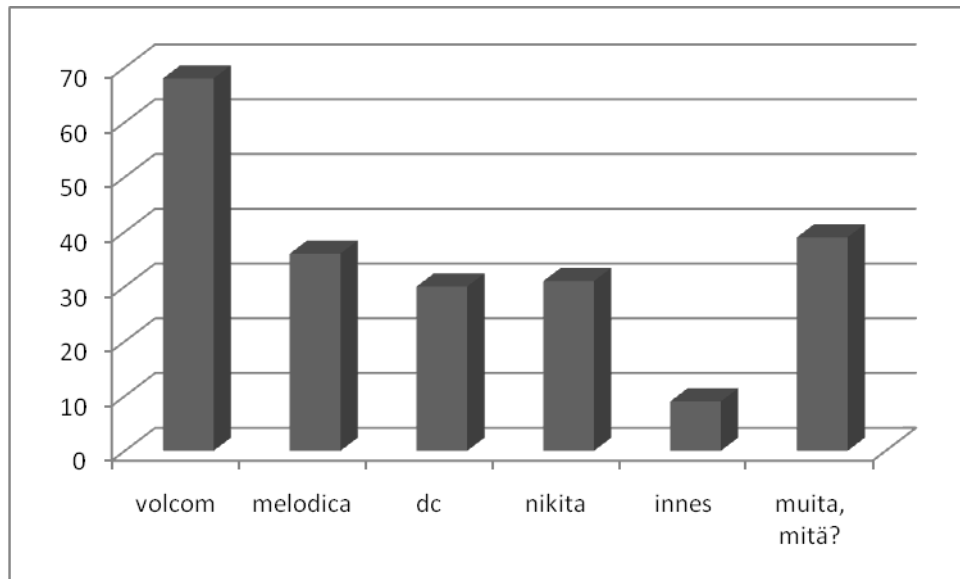
KUVA 12. Vastaajien mielestä tärkeimmät syksyn vaatekappaleet.

CTRL-vaatteita ajattomina (Kuva 13) piti jopa 96,1% vastaajista. Heidän mielestään CTRL:n vaatteet ovat ainakin osittain ajattomia, ja osaa mallistojen vaatteista voi käyttää vuosia. 46 vastaajaa käyttäisi kaikkia mallistojen vaatteita vuosia, 78 vastaajaa kokee vain osan vaatteista ajattomina. Ainoastaan 4 vastaajaa pitää vaatteita vain omaan sesonkiinsa kuuluvina, eikä näin ollen pitäisi vuosia vanhaa CTRL:n vaatetta enää käyttökelpoisena.



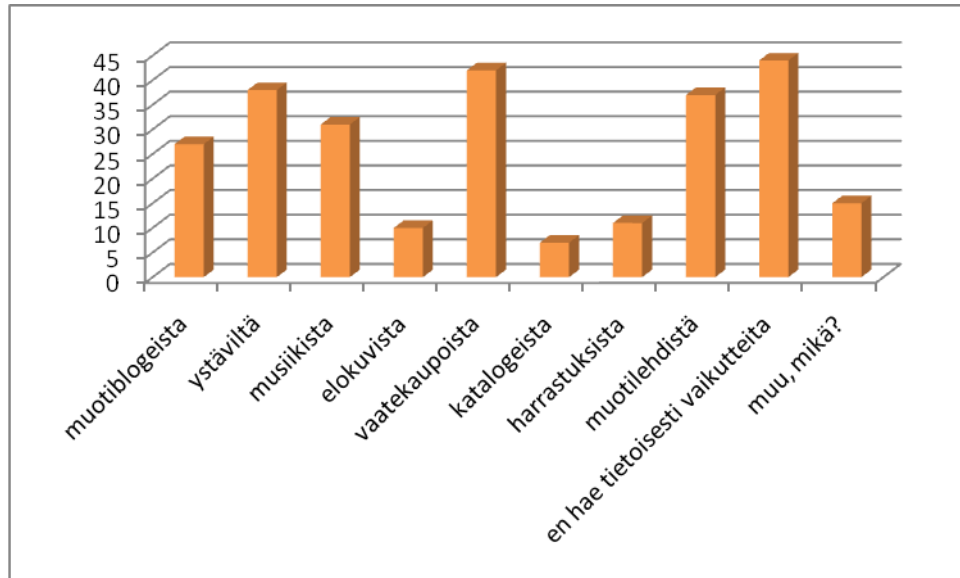
KUVA 13. Vastaajien mielipide CTRL:n ajattomuudesta.

Vastaajien ostamista muista tuotemerkeistä (Kuva 14) selkeästi suosituin oli Volcom, jonka oli valinnut 68 vastaajaa. Toiseksi suosituin oli Melodica (36 vastausta) ja kolmanneksi ylsi Nikita (31 vastausta). Lisäksi 39 vastaajaa oli kirjoittanut muita kuin ehdotettuja tuotemerkkejä, kuten Nike, Adidas ja Diesel sekä vaatekauppoja kuten H&M, Zara ja Gina Tricot. Jotkut olivat vastanneet, etteivät tunne kyseisiä merkkejä tai että ostaa satunnaisesti kaikkia mainittuja merkkejä.



KUVA 14. Vastaajien ostamat tuotemerkit.

Vaikutteita pukeutumiseen (Kuva 15). 130 vastaajasta 44 (36,4%) ei hae tietoisesti vaikutteita lainkaan. Tärkein vaikutteiden antaja kyselyn mukaan olivat vaatekaupat (42 vastaajaa), ystävät (38 vastaajaa) sekä muotilehdet (37 vastaajaa). Vähiten vaikutteita antoivat katalogit sekä elokuvat.



KUVA 15. Vastaajien mielestä tärkeimmät vaikutteet.

6 MALLIEN SUUNNITTELU

Kilpailu kaikilla markkinoilla, myös muodin saralla kovenee vuosi vuodelta ja kuluttajat ovat oppineet vaatimaan tuotteiltaan enemmän etenkin laadullisesti. Kuluttajat kokevat laaduksi usein sen, minkä he kokevat helpoksi ja ymmärrettäväksi ja joka samalla vastaa heidän tarpeisiinsa. Suunnittelijan on todella tärkeää tuntee kohderyhmänsä tarpeet, arvot ja toimintamallit, jotta hän voi suunnitella tuotteita juuri näiden kuluttajien tarpeisiin. Mallistoa suunnitellessa pitäisi suunnittelijan unohtaa omat kokemuksensa käytöstä ja keskittyä ajattelemaan kohderyhmänsä tarpeita, vaikka hän olisikin itse yksi kuluttajaryhmän edustajista. (Huotari, Laitakari-Svärd, Laakko, Koskinen 2003, 15–19.) Vaatesuunnittelijan haasteena on myös ennakoida, mitä muutoksia muodissa tulee tapahtumaan, milloin muutokset tapahtuvat ja kuka tulee omaksumaan nuo muutokset (Nuu-

nen, 2004, 95.). Kyselyllä pyrin nimeomaan tutustumaan omaan kohderyhmääni, joka helpottaa suunnitteluprosessiani.

6.1 CTRL-nuorten pukeutuminen

Kyselyn tulokset ovat selkeät ja niistä näkyy hyvin, mitä CTRL:n asiakaskunta haluaa seuraavilta mallistoilta. Käyttäjäkunta on todella nuorta, ja vaikka yritin saada kyselylle mahdollisimman eri-ikäisiä vastaajia, yli puolet vastaajista oli alle 20-vuotiaita. Vastaa- jien mielestä CTRL on merkinä raikas, nuori ja värikäs. Melkein jokainen vastaaja oli myös sitä mieltä, että CTRL:n vaatteet ovat ajattomia ja niitä voi pitää vuodesta vuo- teen. Nämä ovat asioita, joita myös minun pitää ottaa suunnittelussani huomioon, sillä etenkin ajattomuuden olisi hyvä jatkua myös seuraavissa mallistoissa. Värikyyteen en voi vaikuttaa mallistossani, mutta raikkaus ja nuorekkuus tulevat värien lisäksi esiin myös malleissa, esimerkiksi mallin pituudessa tai niukkuudessa/väljyydessä.

Kuviointi sekä mielenkiintoiset mallit ja yksityiskohdat saavat kyselyyn vastaajat osta- maan CTRL:n tuotteita. Koska en mallistossani pääse suunnittelemaan kuoseja tai väre- jä, täytyy minun keskittyä mallien ja yksityiskohtien suunnitteluun. Erilaiset napit ja poimutukset sekä rusetit ovat asioita, joita ajattelin käyttää mallistossa. Kyselystä seli- visi myös, että CTRL:n kuluttajakunta on myös hyvin tietoinen muista street-merkeistä ja näistä ostetuimmaksi nousi Volcom, jonka mallistoista löytyy yhteneviä elementtejä CTRL:n mallistojen kanssa. CTRL:n käyttäjät ovat sitä mieltä, että kuka tahansa voi ostaa merkin tuotteita, mikäli niistä pitää. Mielestäni tämä helpottaa suunnitelutyötäni, koska merkkiä ei etenkään tyttöjen keskuudessa pidetä enää vain rullalautailumerkinä. Suunnittelussa ei täten tarvitse ottaa huomioon rullalautailua, vaan pystyn keskittymään malliston muuhun ilmeeseen.

Asusteet olivat asia, jota vastaajat kaipasivat lisää CTRL:n mallistoihin, joten yritän suunnittelussa ottaa sen huomioon ja suunnitella asustekokonaisuuksia. Myös naiselli- suutta kaivattiin lisää, joten haluan tuoda sitä lisää muuten niin poikamaiseen street- merkkiin. Syksyllä kohderyhmän edustajat ostavat eniten huppareita ja collegepaitoja, joihin yritänkin keksiä tässä mallistossa jotakin uutta, jota CTRL:n huppareissa ei ole aikaisemmin nähty. Haluan sisällyttää naisellisuutta myös hyvin poikamaisiin vaatteisiin, kuten juuri huppareihin ja collegepaitoihin tuomalla niihin mm. rusetteja ja poimutuksia.

Koska CTRL:n mallistot sisältävät todella suuren määrän erilaisia vaatekappaleita, en voi suunnitella kokonaista mallistoa. Haluan kuitenkin suunnitella naisten mallistoon mahdollisimman monipuolisen kokonaisuuden, joka toimii myös itsenäisenä mallistona. Jokainen CTRL:n mallisto sisältää suuren kattauksen perusmallisia t-paitoja erilaisilla printeillä ja kuoseilla. Koska opinnäytetyöni ei koske värien, printtien tai kuosien suunnittelua, jätän perusmalliset t-paidat malliston ulkopuolelle. Mallistoon tulee kuitenkin muita tuotteita, joita on ollut CTRL:n aikaisemmissa mallistoissa. Tavoitteeni on suunnitella 2-4 neuletta, 2-4 hupparia/collegepaidaa, 2-4 mekkoa, 3-5 erimallista t-paitaa tai toppia, 2-4 alaosaa sekä 2-3 takkia. Lisäksi mallistooni tulee kuulua sopiva määrä erilaisia asusteita, esimerkiksi muutama laukku, hattu ja mallistoon sopiva vyö tai käsi- neet. Suunnittelun lähtökohtana toimivat kyselyn tulokset sekä kuvakollaasit.

6.2 Kuvakollaasit osana ideointia

Kuvakollaasi on yleensä kokoelma kuvalehdistä leikattuja valokuvia, jotka on aseteltu yhdelle paperille ryhmäksi tai muodostelmaksi. Kuvakollaasiin keräytyillä kuvilla on joku yhteys, ne joko kuvaavat jotakin tunnelmaa tai elämäntapaa, tai ne on kerätty samanhenkisestä kuvaryhmästä. (Kettunen, 2001, 81.) Toimeksiantajani haluaa nähdä, mistä olen kyselyn tulosten lisäksi saanut ideoita mallien suunnitteluun. Tästä syystä minua pyydettiin tekemään kuvakollaaseja keräämistäni ideoista ja nimenomaan vaatekuvia tyyliltään samankaltaisista vaatteista.

Aivan uusien ja itse keksittyjen ideoiden lisäksi suunnittelussa on hyvä käyttää hyödyksi muiden keksimiä ideoita. Tietyt asiat on jo keksitty, eikä niitä voi keksiä enää uudestaan. Ideoita voi kuitenkin viedä pidemmälle ja keksiä jo keksittyyn asiaan jotakin uutta, jolla siitä saa oman näköisen ja uudenlaisen. (Kettunen, 2001, 80.) Tämän takia keräsin omat kuvakollaasini jo suunnitelluista, myynnissä olleista vaatteista, joista voisin viedä ideat pidemmälle ja suunnitella jotakin uutta. Kuvakollaasien avulla voin mallistoani esitellessä kertoa toimeksiantajilleni mistä olen ideoitani hakenut ja näin käytän niitä keskustelun apuvälineenä. Olen jakanut mallistooni tulevat vaatteet kuuteen eri kategoriaan: alaosat, collegepaidat /hupparit /neuleet, t-paidat/topit, takit, mekot sekä asusteet. Kuvakollaaseja tein kuitenkin seitsemän, jotta sain erikseen housu- ja hame-

kollaasin. (Kuvat 5-11) Hain kuvia eri verkkokaupoista ja vaatekauppojen nettisivuilta. Käytin muutamassa kollaasissa myös CTRL:n vaatteita, mutta yritin välttää sitä, koska on itsestäänselvää että haen ideoita myös CTRL:n aikaisemmista mallistoista. En siis tule käyttämään kuvakollaasien vaatteita suoraan vaan haen niiden kautta ideoita omiin malleihini.

Mekkokollaasiin (Kuva 16) olen hakenut kuvia mekoista, joissa on mukava leikkaus tai mielenkiintoisia yksityiskohtia, myös tyyli on oikeanlainen CTRL:lle. Huput, poimutukset, napitukset ja pienet erikoiset yksityiskohdat tässä kollaasissa ovat niitä asioita, joista haen ideoita omaan mallistooni. Pyöreät muodot ja poimutus etenkin helmassa olivat asioita, joita poimin kollaasista suunnitteluvaiheessa. Violetin v-pääntiemekon, hupullisen mustan nappimekon sekä turkoosin mekon helmaratkaisut kiinnostivat minua erityisen paljon. Myös mekkojen pituus on olennainen asia, sillä jokainen kollaasin mekoista on lyhyt tai melko lyhyt, jolloin polvet jäävät näkyviin. Tämä on trendiseikka, joka näkyy varmasti myös omassa mallistossani.



KUVA 16. Kollaasi mekkoideoista.

Housukollaasiin (Kuva 17) yritin yhdistää paljon eri tyyliä housuja, joista voisin kuitenkin hakea ideoita vain muutamaankin housumalliin. Erityisesti minua kuvien hakuvaiheessa viehättivät erilaiset kiristykset housujen lahkeissa ja rennot väljät mallit. Myös materiaalit ovat kollaasin kuvissa samoja, joita jo alunperin suunnittelin käyttämään mallistoni housuissa kuten farkku, college ja trikoo.



KUVA 17. Kollaasi housuideoista.

Huppari- ja neulekollaasissa keskityin erilaisiin muotoihin (Kuva 18). Pussimainen muoto miellyttää silmääni ja mielestäni sopii hyvin myös CTRL:n imagoon. Kietaisumalli ja lantiolle asti ulottuvat hupparit olivat hauskoja. Lisäksi päätin kollaasia tutkiessani leikitellä mallistossani hiukan napeilla. Neulekuvia oikeanlaisista neuleista oli vaikea löytää, yksinkertaiset mallit pienillä yksityiskohdilla, kuten erilaisilla aukoilla ja napeilla olivat sitä, mitä hain.



KUVA 18. Kollaasi huppari- ja neuleideoista.

Kaikki hamekollaasiin keräämäni hameet ovat melko lyhyitä (Kuva 19). Myös hameissa näkyy pussimainen muoto ja poimutukset. Myös alaspäin hiukan kapeneva, niin sanottu kynähame toimii mielestäni street-vaatteissa, minkä vuoksi kollaasissa näkyy myös näitä. Materiaaleina kollaasin hameissa on puuvillakangas, farkku ja jopa muovimainen tekonahka. Myös mallistoni hameet tulevat olemaan näiden kaltaisia materiaaleja.



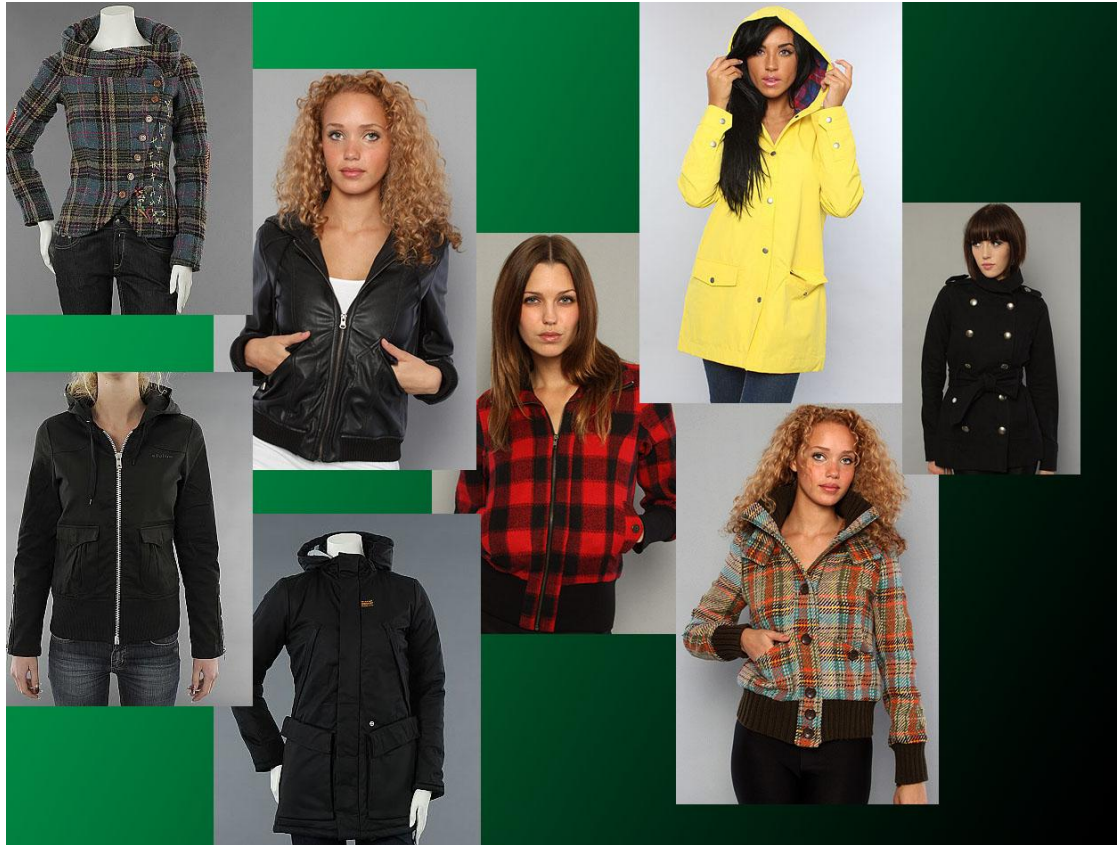
KUVA 19. Kollaasi hameideoista.

T-paitakollaasissa näkyy jälleen rentous ja mukavuus (kuva 20). Erilaiset v-pääntiet ja hiharatkaisut näkyvät monessa paidassa ja kaikki kollaasin paidat ulottuvat ylä-, jopa alalantiolle. Myös poimutuksia ja paljastavia aukkoja löytyy kuvan paidoista. Materiaalit ovat puuvillan lisäksi erilaiset sekoitemateriaalit. Vaikka paidat ovat rentoja streetvaatteita, yritin hakea kollaasiin paitoja, jotka ovat kuitenkin naisellisia ja jopa seksikäitä.



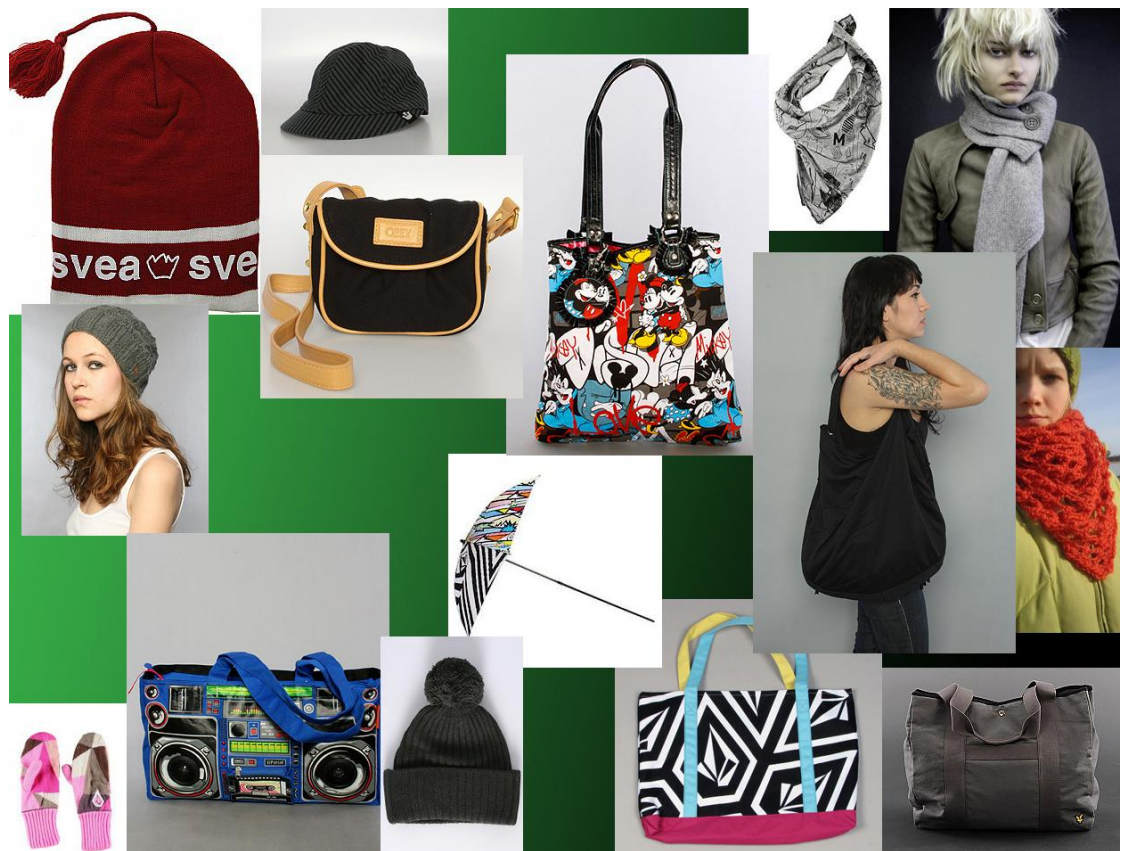
KUVA 20. Kollaasi t-paita- ja toppi-ideoista.

Myös takkikollaasiin (Kuva 21) oli vaikea löytää kuvia oikeanlaisista takeista. Kollaasiin keräsin erityyylisiä syys- ja talvitakkeja, joissa näkyy niin nappeja kuin vetoketjujakin. Osassa takeista on huppu, mutta myös pystykauluksia näkyy. Takit ulottuvat ylä- tai alalantiolle. Materiaaleina takeissa ovat villakangas, paksu puuvilla ja keinoahka. Helmojen ja hihansuiden leveät resorit ovat myös niitä asioita, joita aion hyödyntää myös omassa mallistossani.



KUVA 21. Kollaasi takki-ideoista.

Asustekollaasiin (Kuva 22) keräsin erilaisia asusteita, joita voisin myös sisällyttää mallistooni. Kollaasista löytyy pipoja, erilaisia laukkuja, huiveja, lapaset ja sateenvarjo. Laukkuja on erikokoisia ja –tyylisiä, niin avoimia säkkimäisiä olkalaukkuja kuin myös pieni ns. baarilaukku. Pipoissa tupsut ja lipat ovat hauskoja yksityiskohtia ja huiveissa neulepintaan on yhdistetty mm. nappeja. Kollaasin asusteet ovat melko yksinkertaisia ja saman linjan aion pitää myös mallistossani. CTRL:n käyttämät neulekuosit ovat niin värikkäitä ja hallitsevia, etteivät ne tarvitse rinnalleen kovin erikoisia malleja näyttääkseen upeilta.



KUVA 22. Kollaasi asusteideoista.

Kaikissa kollaaseissa näkyy rento huolettomuus ja mielenkiintoiset yksityiskohdat. Olen kuitenkin yrittänyt löytää jokaiseen jotain naisellista, jota ei ehkä ole aikaisemmin CTRL:n mallistoissa nähty, mutta joka kuitenkin sopii merkin tyyliin. Vaikka opinnäytetyöni ei käsittele malliston värejä, kollaasien värimaailma sopii kuitenkin CTRL:n imagoon ja edellisiin mallistoihin.

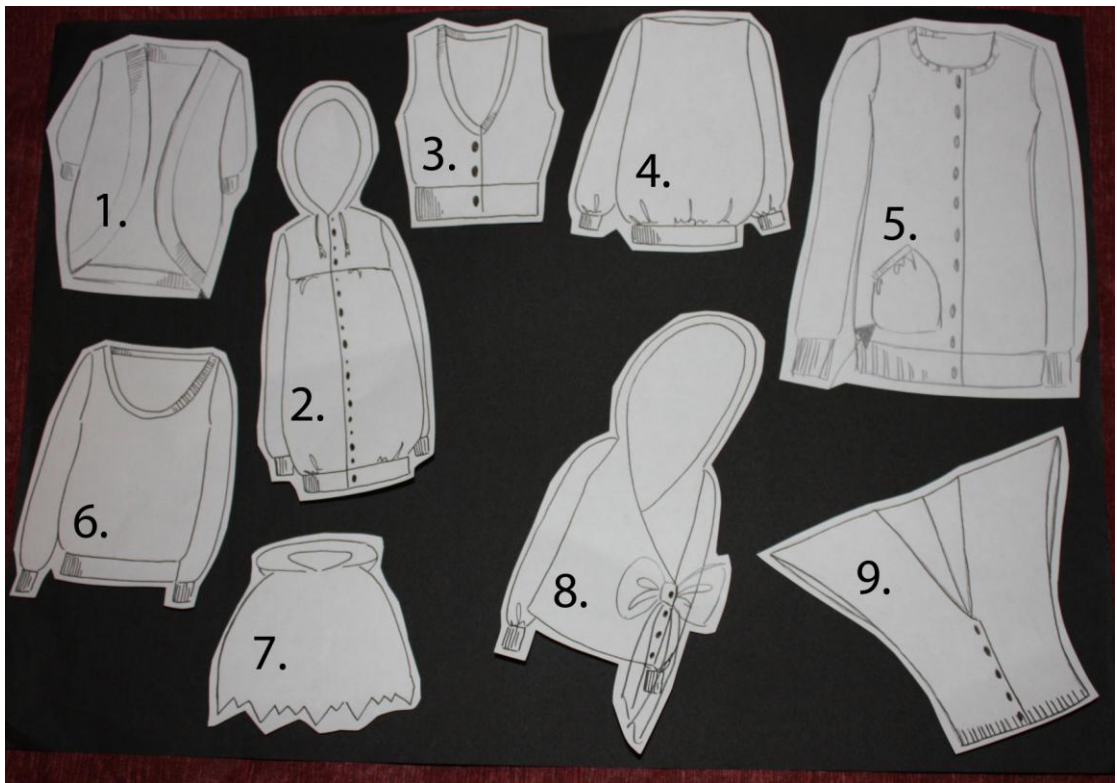
6.3 Ensimmäiset mallit

Luovasti toteutettujen asioiden tulisi aina olla uusia, niissä yhdistetään aikaisempia tietoja ja asioita niin, että lopputulos on uusi. (Lavonen, Meisalo & al. 2010). Suunnittelu on monipuolinen prosessi, ei mystinen kyky ja jokainen suunnitteluprosessi on erilainen. Monesti suunnittelun lähtökohtana on joko visuaalisuus tai tekninen toimivuus. (Seitamaa-Hakkarainen, 2009) CTRL:n syysmallistoa suunnitellessa täytyi kuitenkin ottaa huomioon molemmat seikat. Vaatteiden ja asusteiden täytyi hyvän ulkonäön lisäksi olla myös käytännöllisiä ja helppohoitoisia.

Ensimmäisiä malleja ideoidessa ideoita täytyy olla runsaasti, jotta niistä voi valita parhaat jatkokäsittelyyn. (KATMI Consulting Oy, 2010). Ensimmäiset mallit syntyivät heinäkuun aikana, vaikka kysely oli vielä kesken. Hytönen halusi nähdä ensimmäiset luonnokset mahdollisimman pian ja pyysi minua piirtämään paperille kaikki ideani, vaikkei idea välttämättä tulisikaan toimimaan. Olin tutkinut kyselyiden tuloksia ennen luonnostelua, vaikkei kyselyitä tässä vaiheessa vielä ollutkaan kuin vajaat sata kappaletta. Yritin luonnostella paperille mahdollisimman erilaisia vaatekappaleita sekä asusteita, jotta saisin monipuolisen kokonaisuuden aikaan.

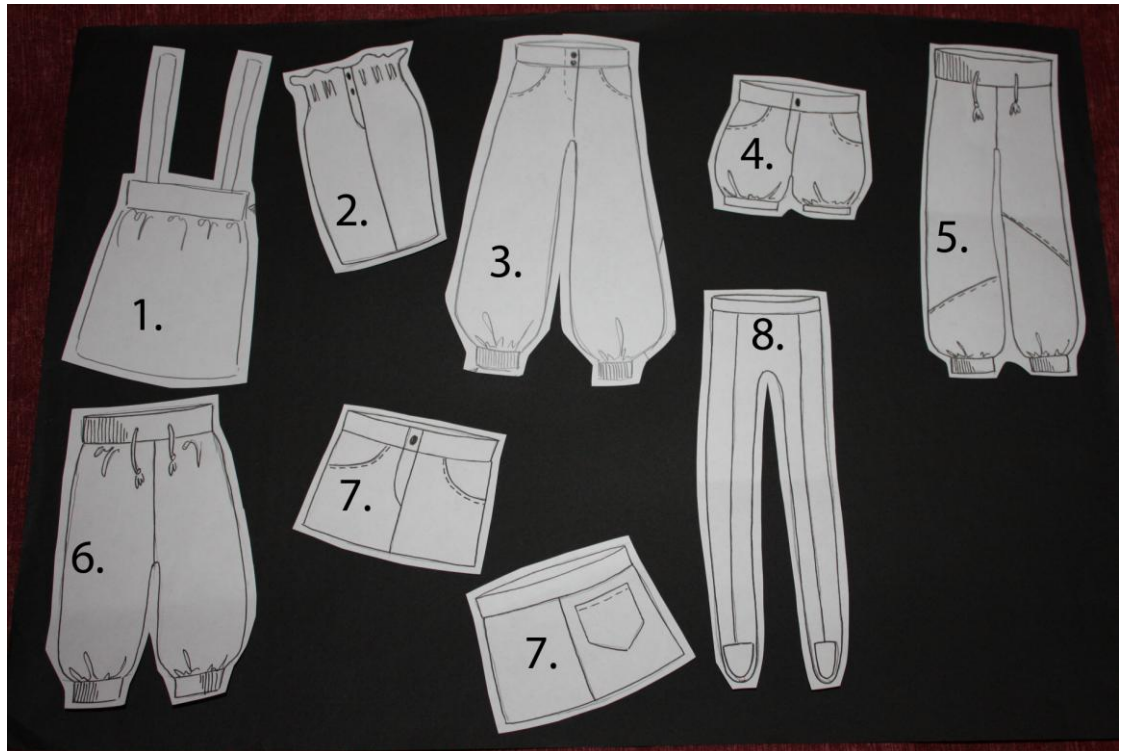
Menin Helsinkiin näyttämään ensimmäisiä luonnoksiani 25.7.2009. Olin saanut piirreltyä noin 40 luonnosta (kuvat 23–28), joita rupesimme Hytösen kanssa käymään läpi alue alueelta. Valitettavasti Freeman ei päässyt mukaan tähän vaiheeseen, mutta lupasi saapua paikalle, kun seuraavan kerran katsomme suunnitelmiani. Hytönen piti luonnoksistani ja saimme karsittua määrän 30 luonnokseen. Osa malleista kelpasi sellaisenaan, osaan tuli muutoksia.

Kävimme ensimmäisenä läpi paksuja yläosia (Kuva 23). Muutoksia tuli noin puoleen malleista, mutta muutokset olivat melko pieniä. Jättineuleen (Kuva 23, Malli 4)selän muotoa tuli muuttaa niin, että ”aukko” jäisi suuremmaksi, collegepaidan (Kuva 23, Malli 6) rinnasta sekä kietaisuhupparin (Kuva 23, Malli 8) kiinnityksestä tuli ottaa suuri rusetti pois ja ponchon (Kuva 23, Malli 7) helmarakennetta piti vielä miettiä uudelleen. Kuvan luonnoksessa collegepaidasta on jo poistettu rusetti. Toinen huppari , sekä leppakoneule (Kuva 23, Mallit 2 ja 9) menivät läpi sellaisenaan ja saivat myös kehuja osakseen. Myös neuleliivi jätettiin sellaiseen muotoonsa, vaikka se jäi Hytösen mielestä vielä hiukan kysymysmerkiksi. Pallomainen neule ilman kiinnitystä jätettiin pois, koska samanhenkinen tuote oli muutama vuosi aikasemmin myynyt huonosti.



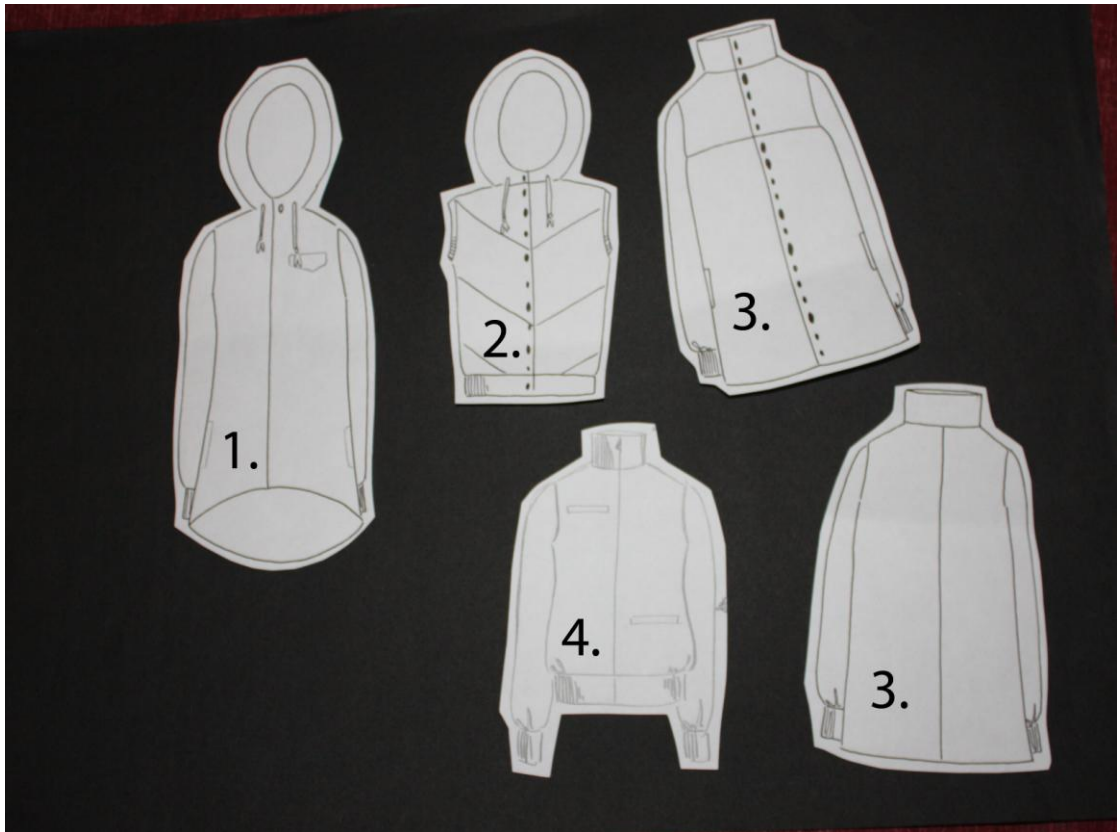
KUVA 23. Paksujen yläosien luonnoksia.

Seuraavaksi kävimme läpi alaosien luonnokset (Kuva 24). Hylättyjen listalle joutuivat rimpsuhelmainen minihame sekä löysähköt farkut lahjekiristyksillä (Kuva 24, Malli 3). Suoraan jatkoon menivät kynähame ja pussishortsit (Kuva 24, Mallit 2 ja 4), pienen miettimisen jälkeen myös haaremi housut (Kuva 24, Malli 6). Pieniä muutoksia keksimme yhdessä legginseihin ja minihameeseen (Kuva 24, Mallit 8 ja 7). Kotona pohdittavaksi Hytönen jätti minulle collegehousut, joiden kohtalosta hän ei vielä ollut varma.



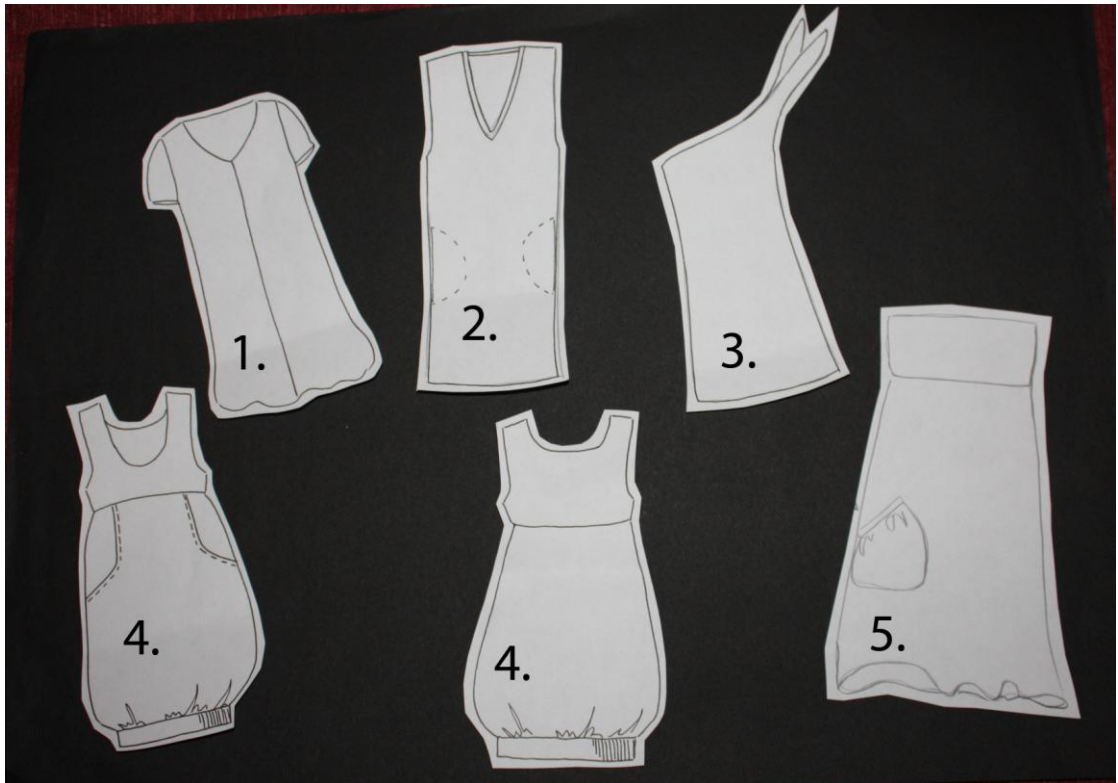
KUVA 24. Alaosien luonnoksia.

Seuraavaksi kävimme läpi takkisuunnitelmani (Kuva 25), joita oli pienin määrä. Toppaliivi ja hupullinen syystakki (Kuva 25, Mallit 2 ja 1) menivät suoraan jatkoon. Hytönen ei ollut varma savupiippukauluksesta toppatakissa (Kuva 25, Malli 3), mutta myönsi sellaisia näkyvän katukuvassa. Lyhyt pussimainen takki resorikauluksella jäi pois mallistosta, koska se oli malleista vähiten CTRL:n tyyliin sopiva ja myyvä.



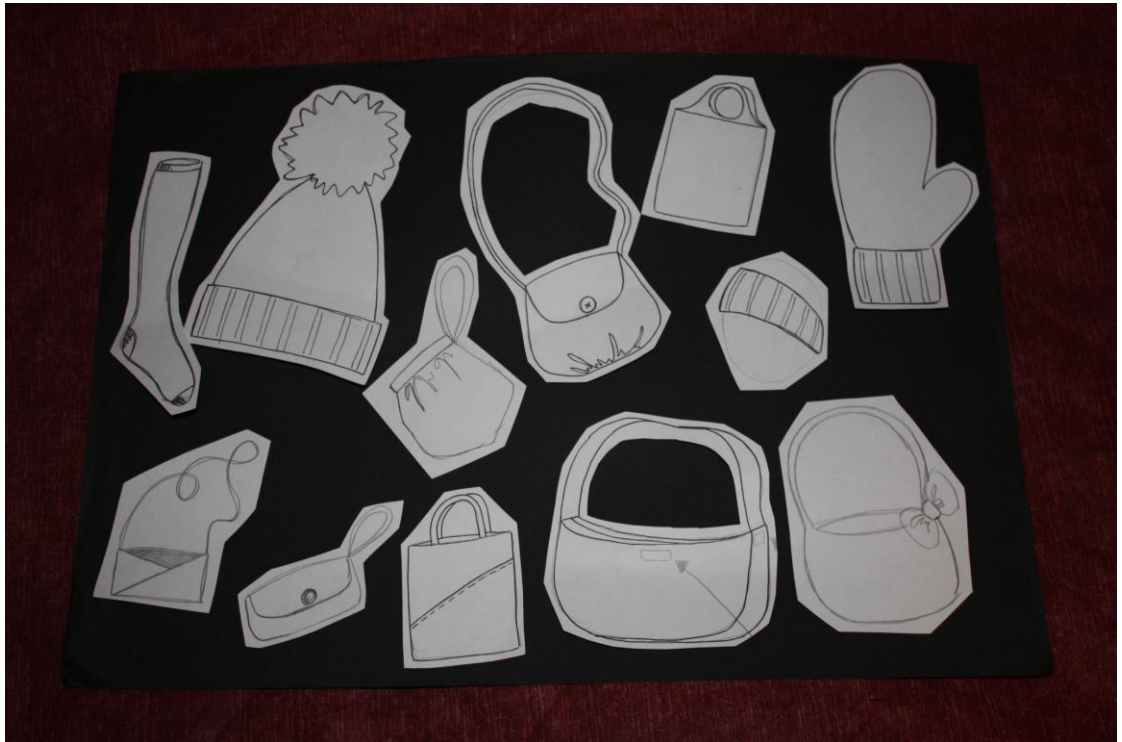
KUVA 25. Takki-luonnoksia.

Takkien jälkeen ryhdyimme karsimaan mekkoja (Kuva 26). Pussimekko (Kuva 26, Malli 4) oli Hytösen ehdottomia suosikkeja ja se pääsi jatkoon ilman muutoksia. Pussi-helmainen mekko (Kuva 26, Malli 1) tarvitsi hieman enemmän pituutta, jotta se ei muodostaisi pussia juuri lantion leveimmälle kohdalle. Putkimekosta (Kuva 26, Malli 2) päätimme jättää taskut kokonaan pois ja tuubimainen mekko suurella taskulla jäi kokonaan pois mallistosta.



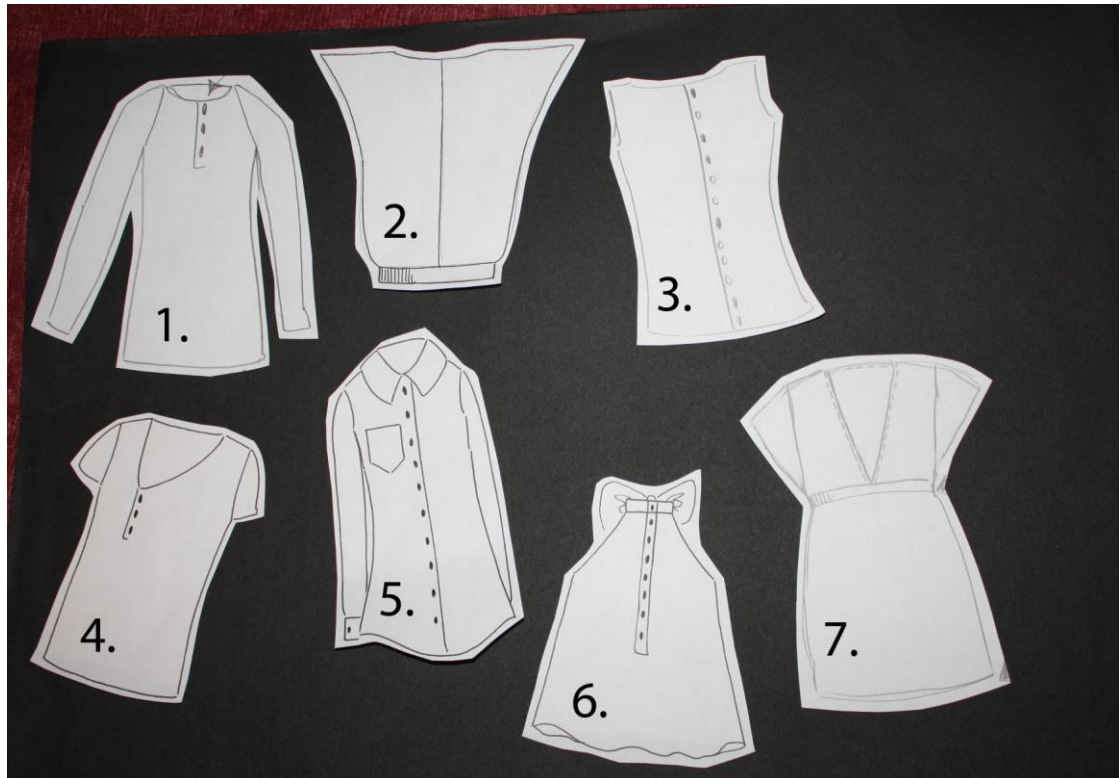
KUVA 26. Mekkojen luonnoksia.

Suurin esiteltävä ryhmäni olivat asusteet (Kuva 27), koska niitä kaivattiin mallistoihin jatkuvasti lisää. Erityisesti olin suunnitellut erilaisia laukkuja, joista suuri osa karsittiin pois. Mallistoon sai jäädä suuri säkkimäinen laukku ilman rusettia, lapaset, polvisukat, kauppakassi, pipo, pikkulaukku ja neulepanta. Hytönen sanoi pannan olevan hyvä lisä katalogikuvauksissa, vaikkei se välttämättä pääsisikään tuotantoon saakka.



KUVA 27. Asusteiden luonnoksia.

Viimeisenä esittelin Hytöselle t-paidat ja topit (Kuva 28). Karsittujen listalle joutui hi-haton paita, jossa napitus oli takana, pitkähihainen trikoopaita sekä v-aukkoinen pitkä t-paita (Kuva 28, Mallit 3, 1 ja 7). Muutoksia tuli niskan takaa kiinnitettävään toppiin, jossa on napitus edessä (Kuva 28, Malli 6). Hytönen ei pitänyt rusetti-ideoitani CTRL:lle sopivina, joten toppi muutettiin niin, että napitus edessä on oikea. Näin ollen pukeminen ja riisuminen onnistuu nappeja avaamalla, eikä niskan taakse tarvitse rusetteja.



KUVA 28. T-paitojen ja toppien luonnoksia.

Ensimmäisissä luonnoksissani oli liian paljon ns. kevyitä tuotteita, koska kyseessä on kuitenkin syysmallisto. Niinpä karsituista tuotteista suurin osa oli t-paitoja ja liian keksäisiä mekkoja.

6.4 Mallien jatkokehittäminen ja valmiit mallit

Ensimmäisen luonnosten esittelyn jälkeen aloitin mallien jatkokehittelyn sekä valittujen vaatteiden takakappaleiden suunnittelun. Koska malleista karsittiin mm. rusetteja, täytyi osaan malleista keksiä näiden tilalle jotakin muuta. Esimerkiksi yhdessä toppi-mallissani

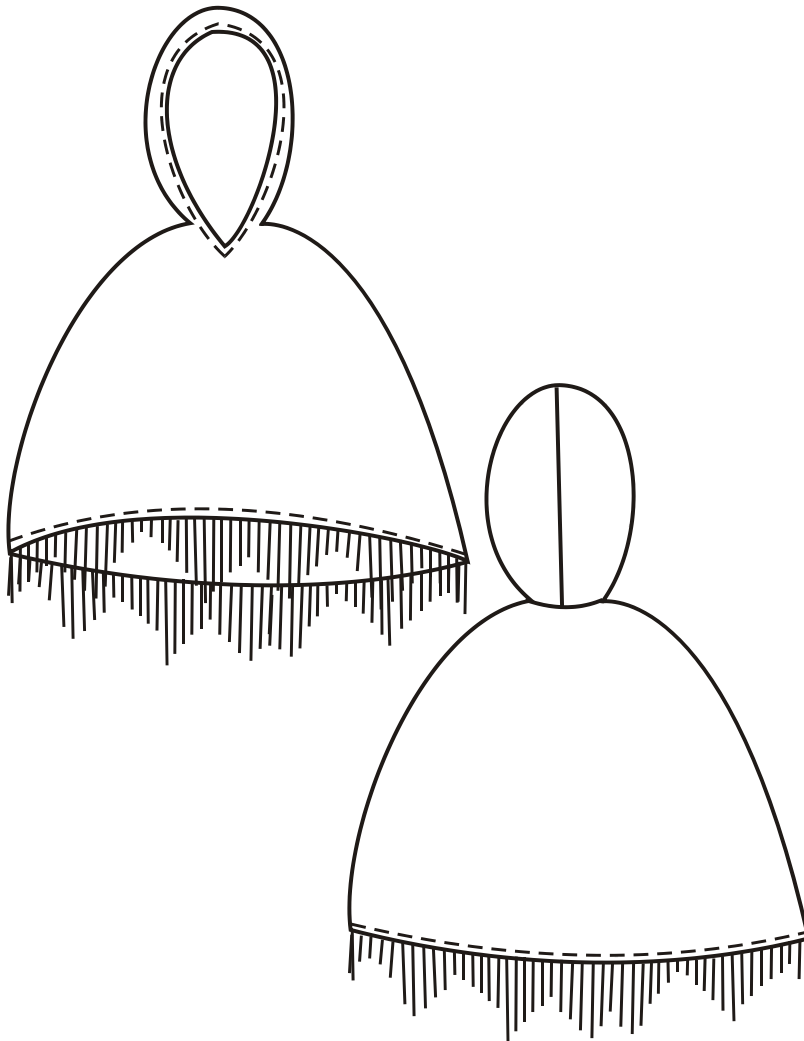
(Kuva 28, Malli 6) rusetti oli olennainen osa vaateen päällepukemista, joten mallia täytyi muuttaa edestä avattavaksi, jotta toppi olisi mahdollista pukea päälle.

Mallien jatkokehittelyyn kuului myös saumojen ja päällitikkausten tarkempi miettiminen sekä lisätarvikkeet. Monessa mallissa oli nappeja, resoreita ja nyörejä, joten niiden osuus on tärkeä. CTRL:llä on omat kaiverretut napit, joita löytyy kahta eri kokoa ja joita voi tilata monessa eri värissä. Tuotteissa olisi ollut mahdollisuus käyttää myös muita nappeja, mutta CTRL:n omat napit tuovat tuotteeseen heti laadukkaamman, omaleimaisemman vaikutelman. Tärkeä osa mallien jatkokehittelyä oli myös CTRL:n oman merkin paikan valitseminen kuhunkin tuotteeseen. Jokaisessa CTRL:n tuotteessa täytyy näkyä tuotemerkki vaateen ulkopuolelle.

Lopullisessa mallistossani on 31 tuotetta, joista 7 on asusteita ja loput 24 vaatteita. Kävin näyttämässä uusia luonnoksiani Hytöselle 24.8.2009. Freeman ei päässyt tähänkään tapaamiseen mukaan, joten jätin luonnokseni toimistolle hänen arvioitavakseen. Hytönen lupaili tässä tapaamisessa, että mallistostani 5-10 tuotetta pääsisi mukaan syksyn 2010-mallistoon, josta tietenkin ilahduin valtavasti. Hytönen oli tyytyväinen luonnoksiini ja sanoi vielä Freemanin antavan viimeisen sanansa malleja kohtaan. Muutamia viikkoja myöhemmin Freeman antoi palautteen mallistostani sähköpostitse ja arvioi jokaisen tuotteen erikseen. Tein lopulliset muutokset luonnoksiin viivapiirroksia piirtäessäni ja otin muutoksissani huomioon Freemanin kommentit tuotteista. En kuitenkaan tehnyt muutoksia täysin kommentien perusteella vaan pidin malliston oman näköisenä jättäen mm. olkatoppaukset pois. Sain myös tietää, ettei tuotteitani aikataulullisista syistä ehtisi syksyn 2010 mallistoon, vaan katsoisimme tilannetta uudestaan kevään 2011 malliston kohdalla.

Seuraavassa lopulliset viivapiirrokset malliston tuotteista tuoteryhmittäin sekä tiedot kustakin tuotteesta. Lainausmerkeissä suunnittelija Freemanin malleista sähköpostitse antamat kommentit, jotka olen saanut ennen lopullisten viivapiirrosten tekoa, joten muutokset olen piirroksiin jo tehnyt. Vaikka sähköpostikommentit ovat Freemanin kirjoittamia, on myös Hytönen antanut kommentteille siunauksensa.

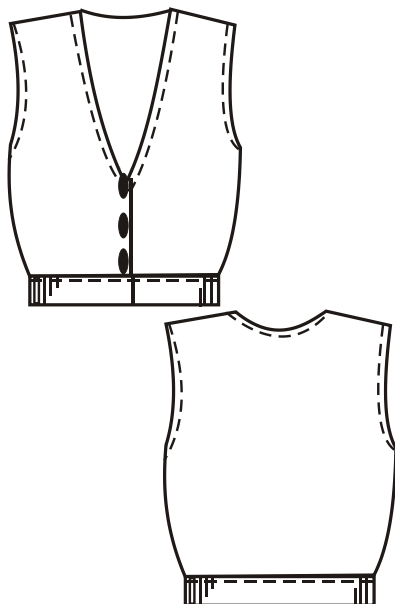
Hupparit ja neuleet:



Neuleponcho

Paksua puuvilla- tai villasekoiteneulosta oleva poncho, jossa epäsymmetrinen siksak-hapsutus helmassa ja suuri huppu. Edestä hiukan lyhyempi kuin takaa, pituus sivuilta noin kyynärpäihin. Alunperin helma muodosti mielenkiintoisen muodon, eivät hapsut.

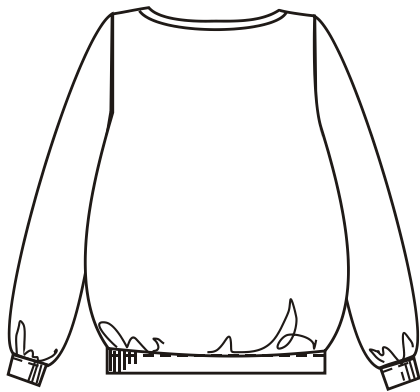
”hyvä idis tuotteelle, ehkä malliston kiinnostavimpia. helmakuvio vois olla ehkä mieluummin eripitusilla hapsuilla tai jollain mitkä muodostaa sen zigzagin, sillein se ois ns. more authentic ”



Neuleliivi

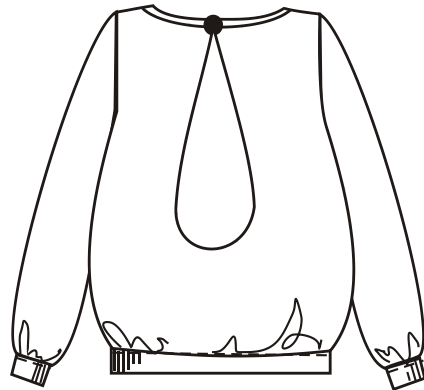
Vyötärömittainen liivi kolmella napilla ja helman resorineuloksella. V-mallinen pääntie ja hiukan pussimainen muoto. Materiaalina puuvillaneule.

”hauska tuote, ja just siis jollain neulekuviolla”

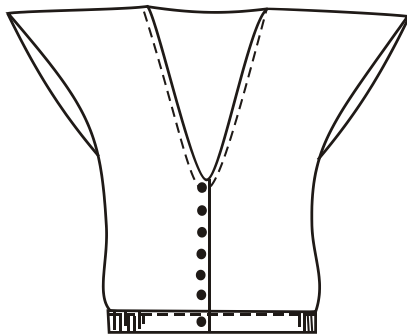


Jättineule

Väljäksi suunniteltu pussimainen neule, jonka hihoissa ja helmassa poimutusta, sekä resorineulos. Materiaalina keskipaksu puuvillaneulos. Takana suuri aukko, sekä niskassa iso nappi.

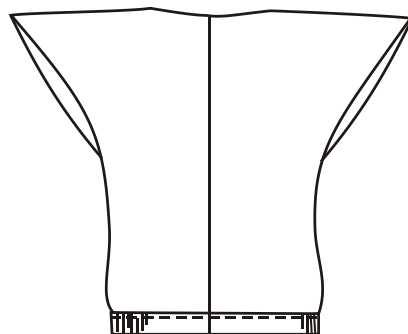


”edelleen hyvä jatkumo tohon pussimaiseen shapeen, ja iso nappi sekä selkä auki on siisti, joku printtimäinen neuloskuvioidessään ois kova”

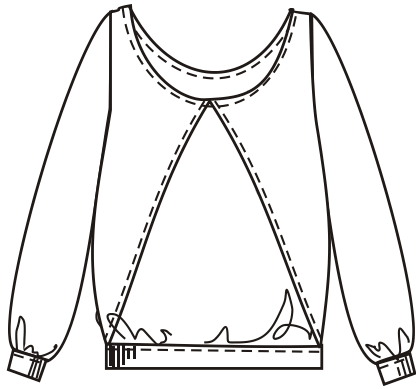


Lepakkoneuletakki

Lepakkohihainen neuletakki ohutta taasaista puuvillaneulosta. Helmassa resorineulos ja edessä napitus. Päätie suuri ja v-mallinen.

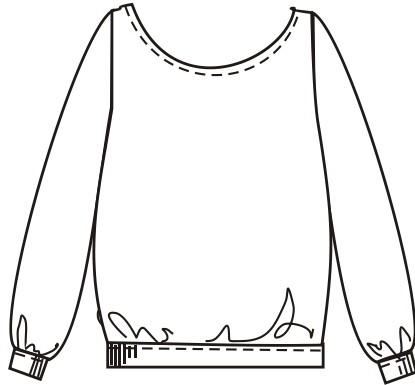


”siisti, ei ees tarttis nappeja vaan vois olla semmonen kietaistava shaalimainen”

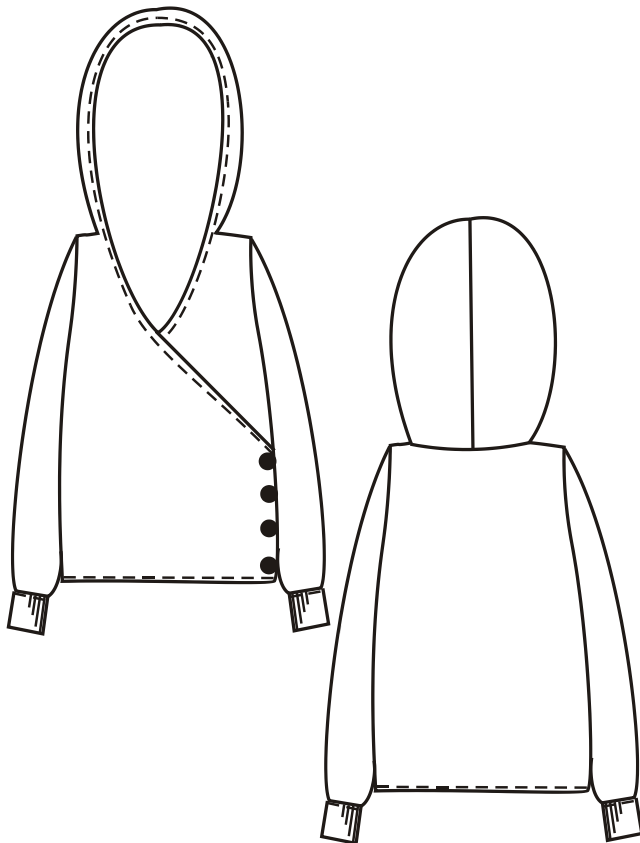


College-paita

College-kankainen paita, jossa suuri pääntie niin edessä kuin takanakin. Pussimainen helma sekä hihansuut. Helmassa ja hihansuissa resorit. Paidan etuosa koostuu kolmesta kappaleesta, joissa voisi mahdollisesti käyttää eri kuoseja, värejä tai materiaaleja. Alun perin pääntie oli takaa korkeampi.



”toimii, mutta vois olla isompi toi kaula-aukko myös niskasta niin että se valuu vähän selkään”



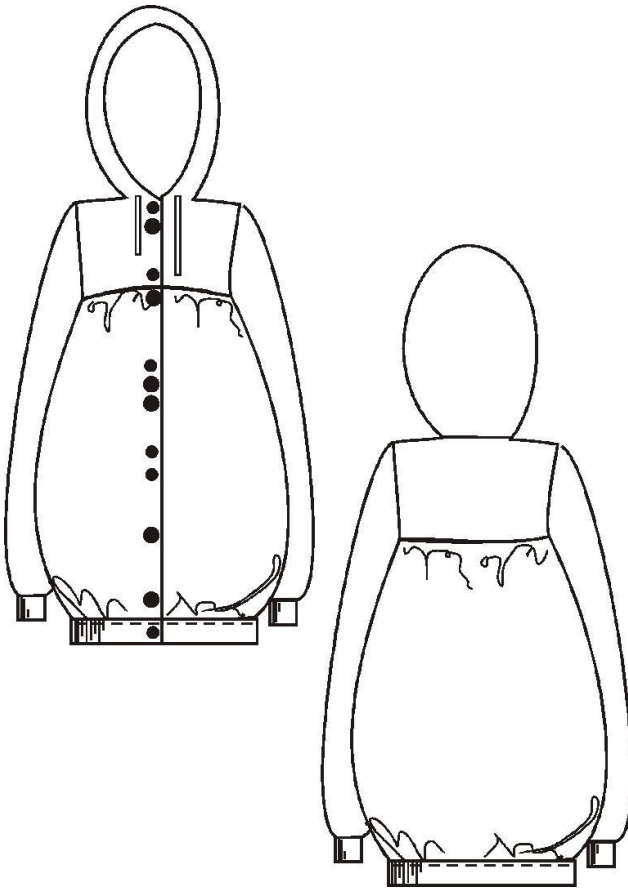
Kietaisuhuppari

Ylälantiolle ulottuva kietaisumallinen huppari, jossa kiinnitysmekanismina neljä suurta nappia toisella sivulla.

Suuri huppu ja hihansuissa resorit.

Materiaalina puuvillacollege.

”tää on ihan hauska kanssa, tästä voi tehdä semmosen modernin merimiespaita henki- sen navy-valkosen missä olis yksityiskohdat sailor paidasta”

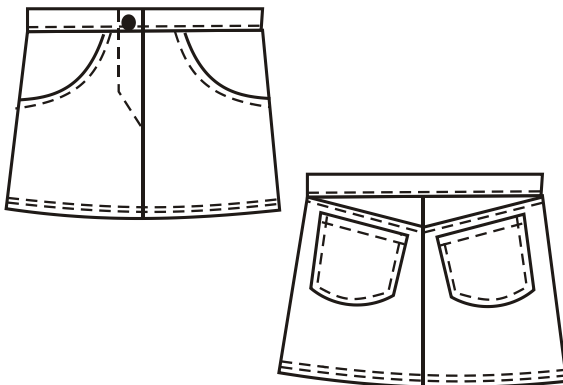


Huppari

Alalantiolle ulottuva napillinen huppari, jossa napit eri kokoisia ja niiden välimatkat eri mittaisia. Rinnan alla sauma ja alaosa pussimainen. Helmassa ja hihansuissa resorit, hupussa kiristysnyöri. Materiaalina puuvilla-college.

”tosi toimivan näkönen tuote, toi pussimaisuus on siisti juttu. ja iso huppu”

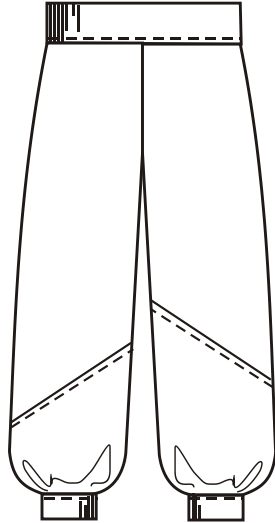
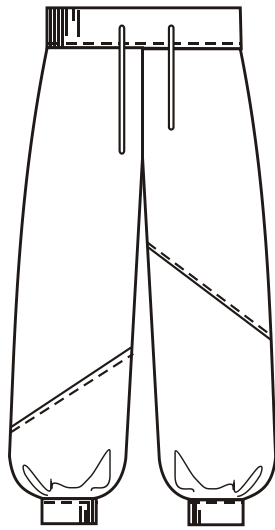
Alaosat:



Minihame

Yksinkertainen farkkuhame-tyylinen minihame neljällä taskulla. Materiaalina farkku tai takkikankaana käytetty jäykkä puuvilla tai puuvillaelastaanisekoite. Alun perin takatasku vain toisella puolella.

”toimii, mutta laittaisin takataskun molemmille puolille”



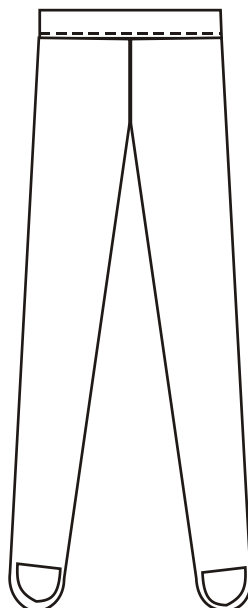
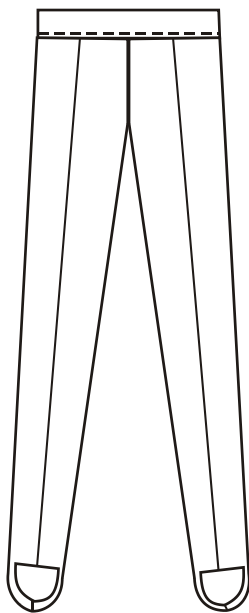
Collegehousut

Lantiolta istuvat verryttelyhousut pussimaisilla lahkeilla. Vyötäröllä ja lahkeissa resorit sekä vyötäröllä kiristysnauhat.

Lahkeissa vinot leikkaussaumat, jotta housuissa voisi yhdistää kahta eri collegekangasta, eri kuoseja tai värejä.

Ideana collegehousut, joita urheilukaupat eivät myy, ja jollaisilla voisi kulkea liikuntasalin ulkopuolellakin.

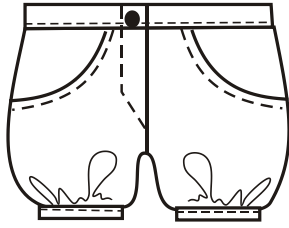
”näistä en oikein osaa sanoa, verkkareita on aina vähän vaikeee myydä, mutta tietysti hienosti toteutettuna ne ois spessut”



Legginssit

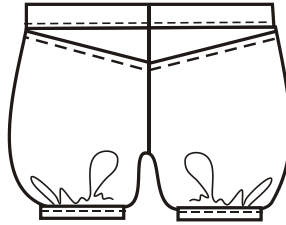
Trikoolegginsit prässiompeleilla ja jalan alta menevillä lenkeillä. Vyötäröllä kuminauha ja materiaalina ohuehko puuvillatrikoo.

”toimii”

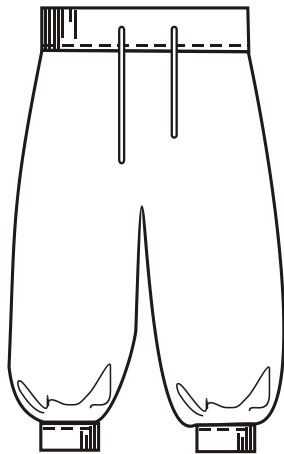


Shortsit

Lyhyet mikroshortsit pussimaisilla lahkeilla ja kahdella taskulla. Materiaalina farkku tai takkikankaana käytetty paksuhko puuvilla tai puuvillaelastaani-sekoite.

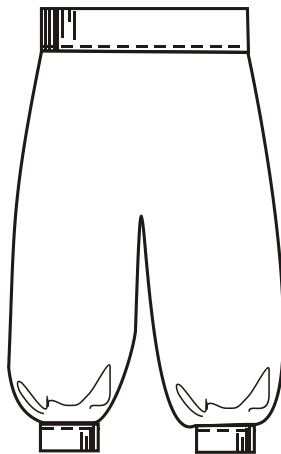


”toimii taas hyvin siihen pussimaisuusteemaan noiden lahkeiden ansiosta, eli toi pussimaisuus on yleisesti ottaen siisti juttu ja varmaan kaupallinenkin”

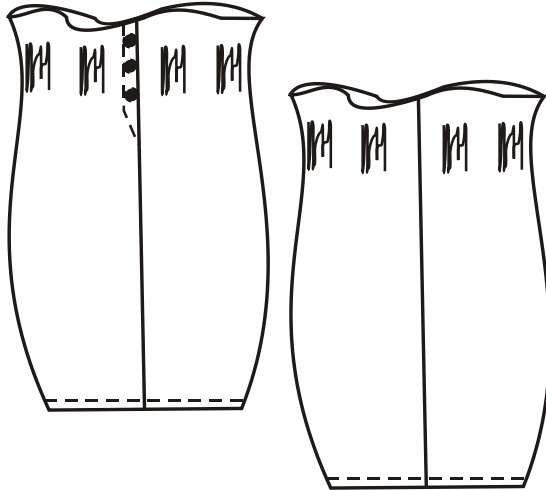


Haaremihousut

Yksinkertaiset puolimittaiset housut, joissa ei ole haarasaumaa. Lisäksi vyötäröllä ja lahkeensuissa resorit ja vyötäröllä myös kiristysnauha. Lahkeissa pussimainen muoto. Materiaalina ohut puuvillatrikoo tai viskoosi.



”nääkin toimii mutta mieluummin esim viskoosi että ne elää”

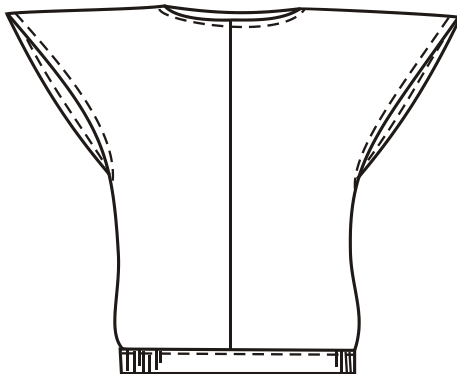


Kynähome

Polvimittainen kapea hame korkealla vyötäröllä. Vyötäröllä leveä kuminauhapöimutus ja vale- napitus. Materiaalina ohuempi puuvillakangas tai farkku. Alunperin ilman nappilistaa.

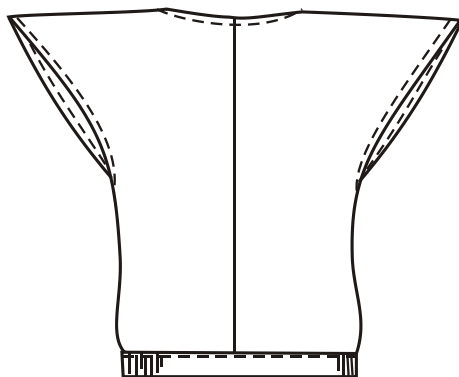
”ihan hyvä, mutta kaipaa jotain lisukkeita, something?”

T-paidat ja topit:



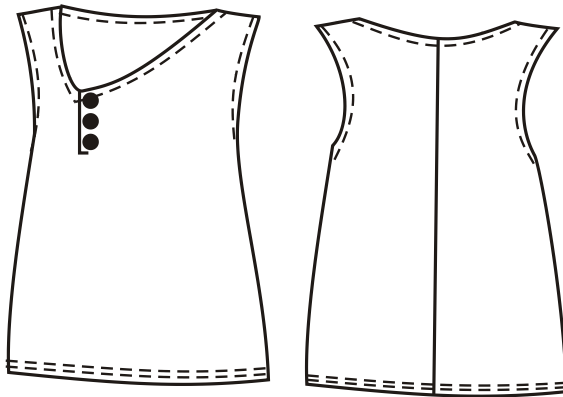
Lepakkopaita

Lepakkohihainen trikoopaita. Keskisaumat mahdollistavat kahden eri materiaalin/kuosin/värin käytön samassa tuotteessa. Materiaalina ohut puuvilla- tai puuvillasekoite-trikoo.



”siisti. noitahan meilläkin on ollu. ehkä vahvoilla olkatoppauksilla, ne on taas tulossa”

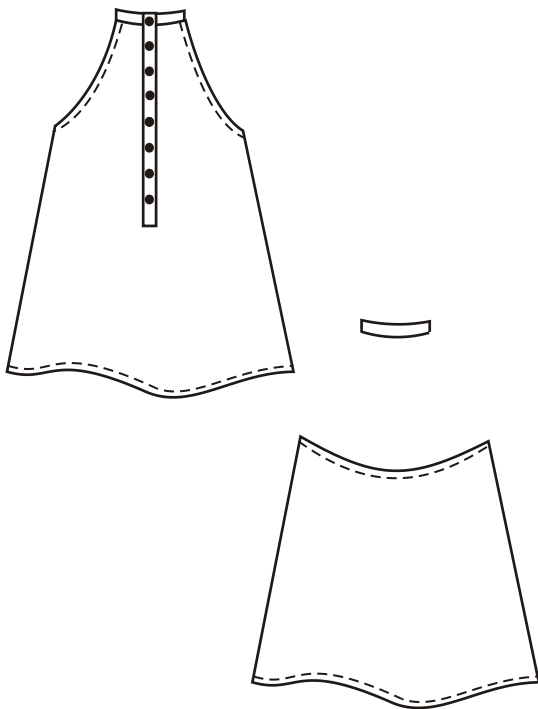
Vinotoppi



Alun perin t-paidaksi suunniteltu trikoopaita, jossa epäsymmetrinen v-pääntie ja kolme suurehkoa nappia. Hihansuut takaa hieman eri malliset kuin edestä ja takana keskellä sauma. Materiaalina ohut puuvillatrikoo. Alkuperäisessä mallissa hihat.

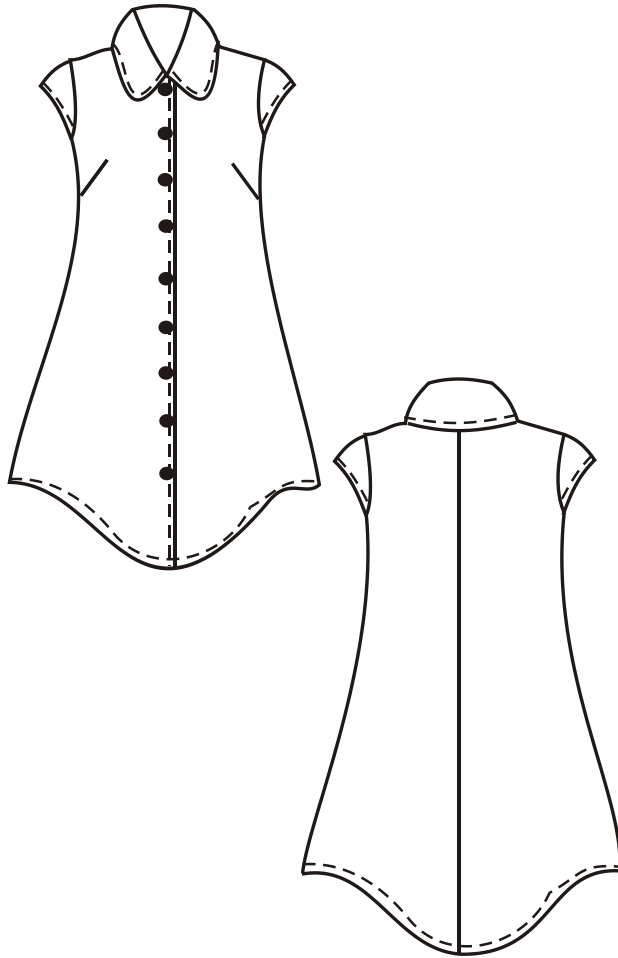
”ihan hauska epäsymmetrinen setti, ois ehkä siistimpi jopa ilman hihoja eli sellanen almost tank toppi”

Toppi



Alun perin niskasta solmittavaksi suunniteltu toppi, jossa on edessä napitus. Pukeminen ja riisuminen tapahtuu siis napitusta avaamalla. Yläselkä jää paljaaksi, ainoastaan niskassa lenkki. A-linjainen, helma hulmuava. Materiaalina puuvillatrikoo.

”kiinnostava varsinkin kun selkä jää paljaaksi”

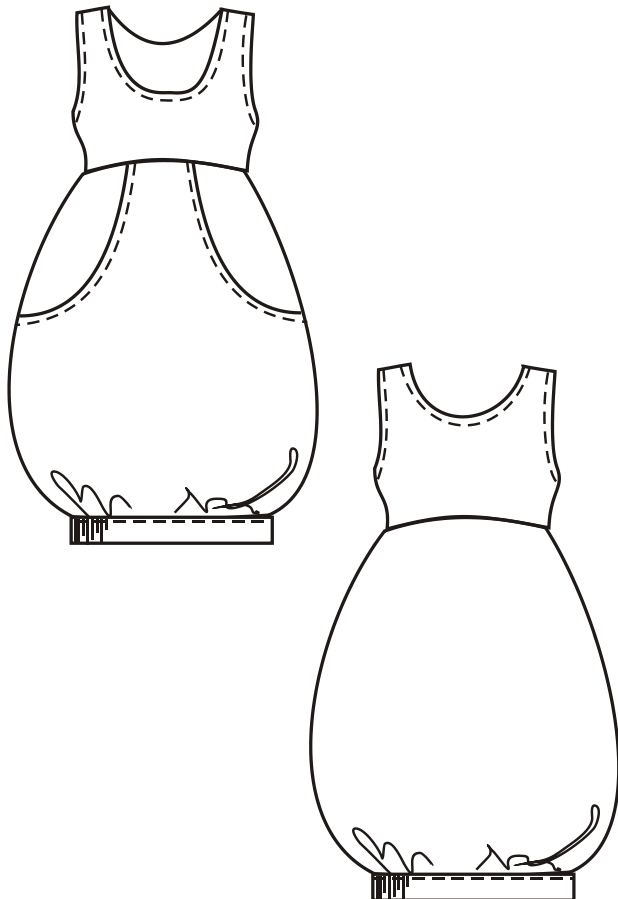


Kauluspaita

Alun perin pitkähihaiseksi suunniteltu kauluspaita, jossa hieman muotoa ja pidempi helma. Paita muistuttaa tunikaa, ja sitä voisi käyttää jopa mekkona. Edessä napitus, suurehko kaulus sekä pienet hihat. Materiaali ohutta puuvillakangasta.

”hauska perusjuttu”

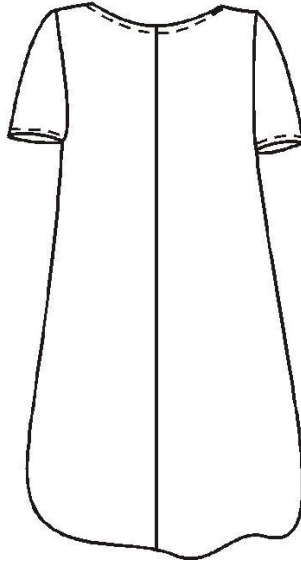
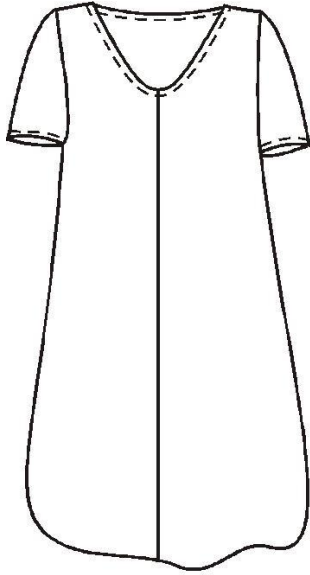
Mekot:



Pussimekko

Mekko, jonka alaosa on pussimainen. Helmassa resori, yläosa hihatton. Alaosan etupuoli on kaksikerroksinen, jolloin siihen syntyy suuri tasku. Materiaalina puuvillatrikoo.

”samalla lailla hyvä kun huppari, eli toi pussimainen muoto on hauska”



Paitamekko

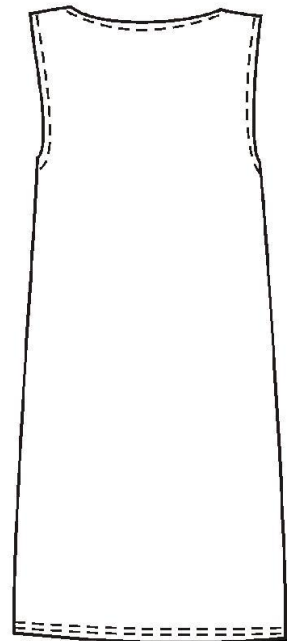
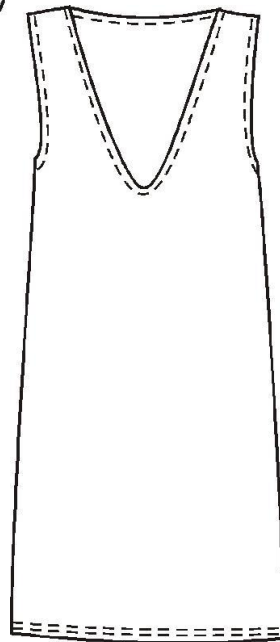
Pussihelmainen mekko ohuesta puuvilla tai sekoitetrikoosta. Päällikangas ohuempaa ja läpikuultavaa materiaalia. Lyhyet hihat ja pyöreähkö v-pääntie. Sekä edessä että takana keskisauma.

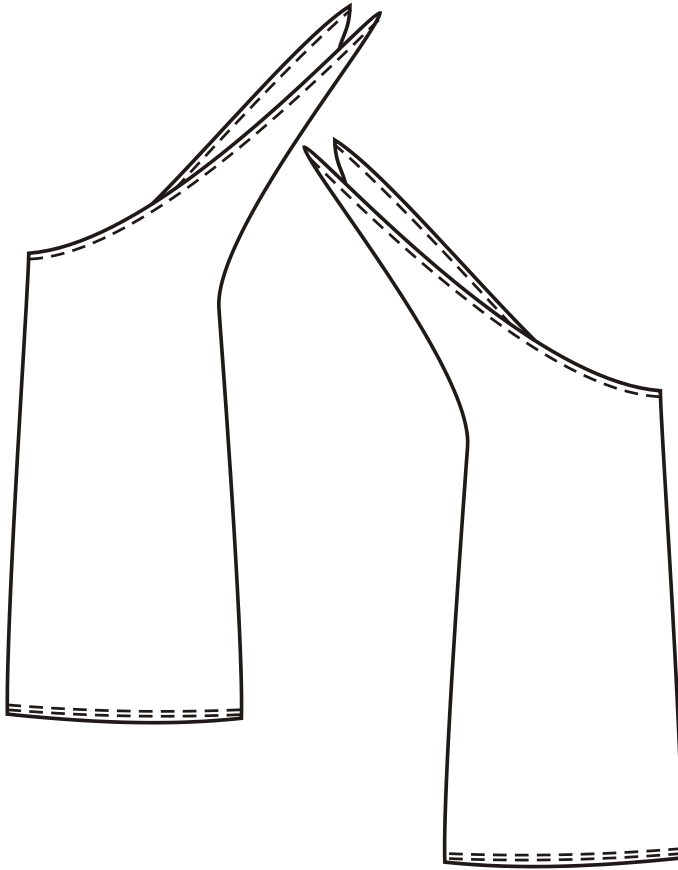
”tota pitäis vähän jotenkin "nuorentaa" - nyt vähän mummomainen. ehkä pitkä zipperin eteen ja jotain detskuja”

Putkimekko

Suora mekko ohuesta puuvilla- tai sekoitetrikoosta. Syvä v-pääntie, suurehkot käden-tiet eikä lainkaan hihoja. Pituus alalantiolle.

”kunhan ei oo liian pitkä, ettei tuu sellanen tuubi efekti. vois olla jotain semiläpinäkyvää ohutta ja kevyttä mustaa”



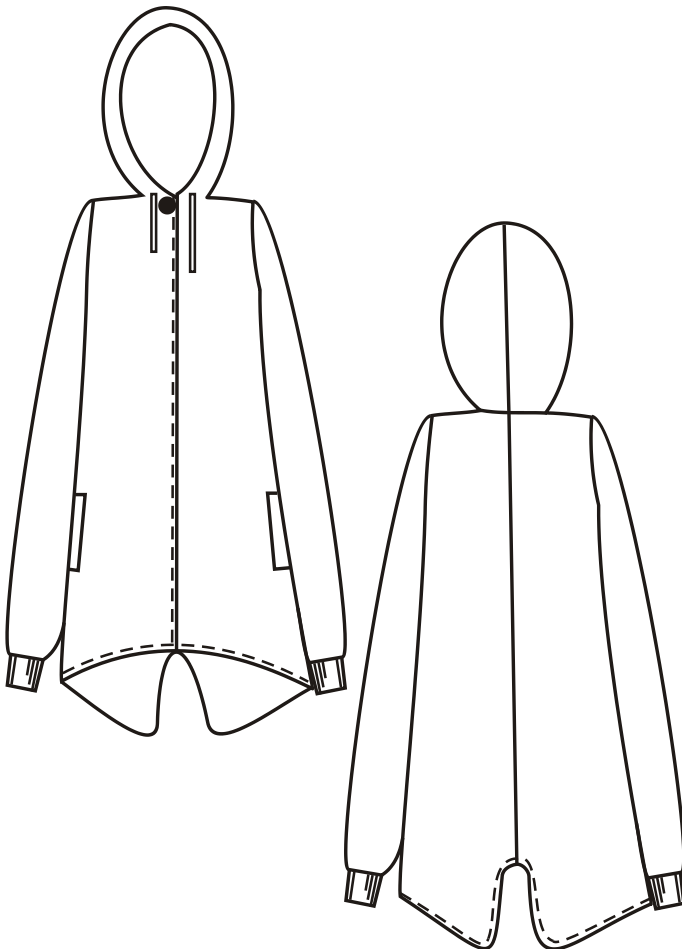


Solmintamekko

Alalantiolle ulottuva trikoomekko, joka kiinnitetään solmimalla olalle rusetti tai vaihtoehtoisesti kaitaleet voi myös solmia muilla tavoilla käyttäen mielikuvitusta. Materiaalina puuvilla- tai sekoitetrinkoo.

”jos toi on semmonen että solmitaan olkaan niin hauska idis. ja jotain tosi kevyttä materiaalia. vaikka ohut viskoosi mix että se ois sellanen elävä”

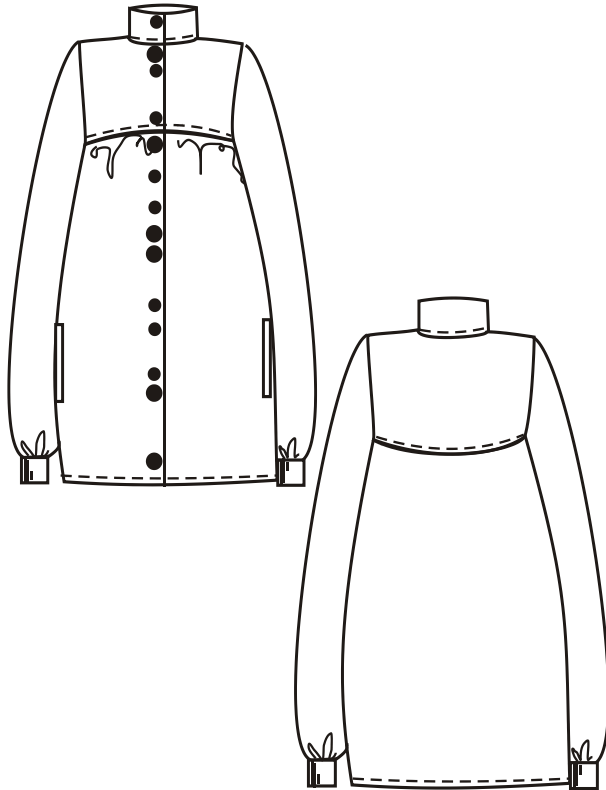
Takit:



Takki

Edestä hiukan lyhyempi kevyt takki hupulla ja yhdellä napilla. Kiinnitys vetoketjulla. Sivulla taskut ja takana halkio. Hihoissa resorit ja keskellä takana sauma. Materiaalina paksu takkikangas. Alunperin ilman halkiota.

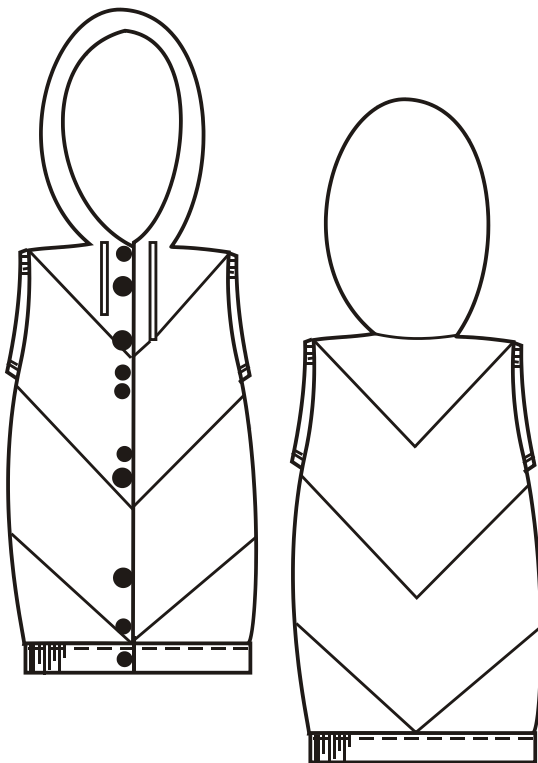
”ihan hauskan näkönen, takana voisi olla tuxedo halkio, ja tää voisi jotenkin matchaa siihen navy teemaan”



- Toppatakki

Kevyt toppatakki savupiippu-kauluksella. Rinnan alla sauma ja hiukan poimutusta, suora helma. Hihansuissa resorit ja sivusaumojen tuntumassa napinläpitaikat. Kiinnityksenä erikokoiset napit eri mittaisilla välimatkoilla.

”erikokoiset napit on hyvä idis, ja muutenkin näyttää ihan toimivalta kun se on niin basic runko”



Toppaliivi

Hupullinen toppaliivi, jossa v-malliset tikkaukset edessä ja takana. Eri kokoiset napit eri mittaisilla välimatkoilla. Helmassa ja kädenteillä resorit. Materiaalina vakosametti, farkku tai takkikangas.

”tää on tosi hyvä, tämmönen ollaan tekemässäkin seuraavaan mallistoon, ehkä ilman huppua tosin. mutta hauska, vois olla velouria ja nahkaa sekasin eri kaistaleina”

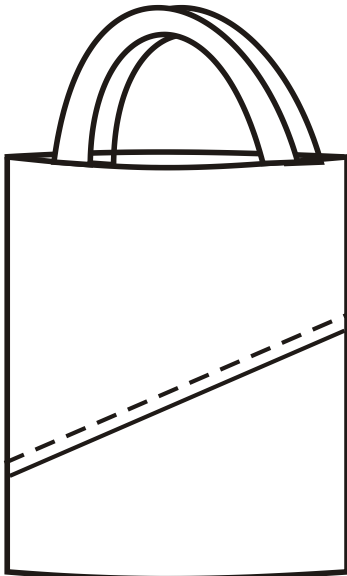
Asusteet:



Polvisukat

Polven alle jäävät sukat ohutta puuvillaneulosta. Kärki- ja kantapäävahvikkeet sekä sukan yläreunassa sopivasti kiristävä resorineulos.

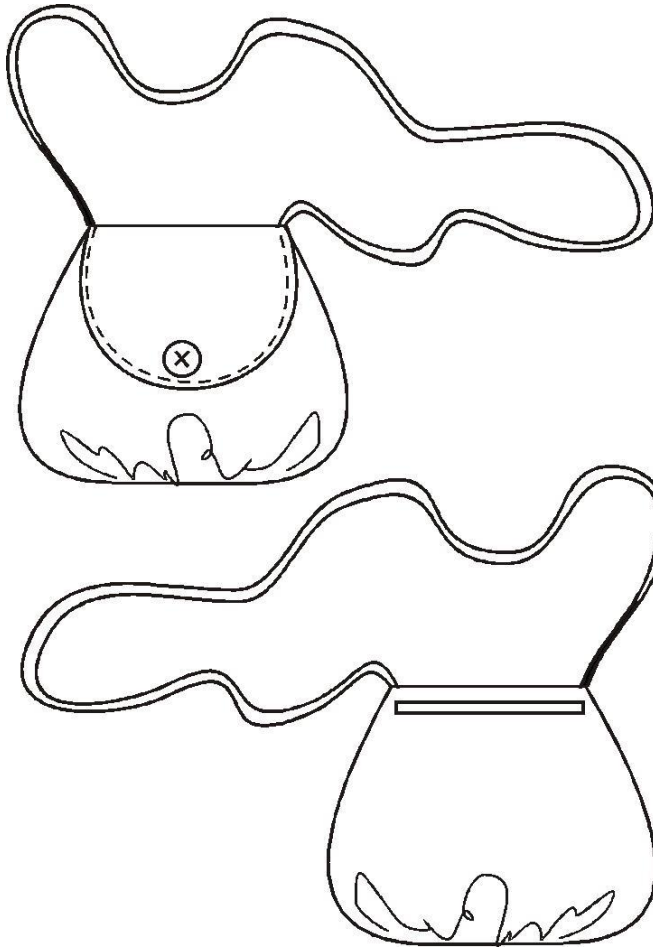
”toimi myös. voisi olla sellaset japsityyiset sukat mut pohjolan kylmyyteen paksua neulosta”



Kauppakassi

Yksinkertainen keskikokoinen kauppakassi, jossa vino leikkausauma. Sauma mahdollistaa kahden eri materiaalin/kuosin/väriin käytön. Materiaalina farkku tai takkikaana käytetty vahva puuvillakangas.

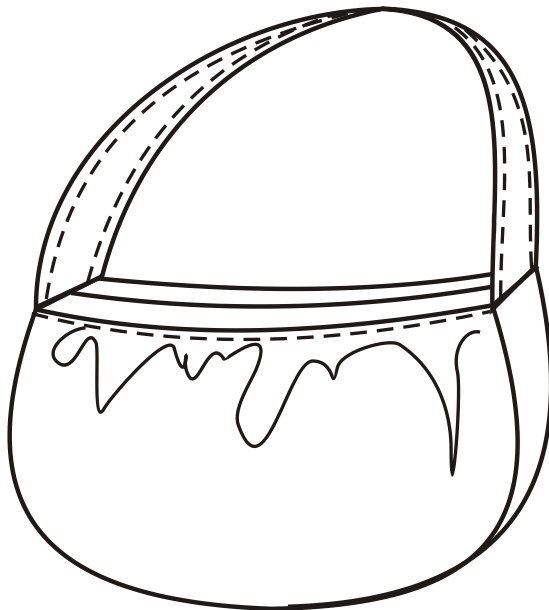
”aina toimiva tuote, on myös halpa valmistaa, joku kuosi vaan siihen”



Pikkulaukku

Pieni laukku pitkällä hihnalla. Etuläpässä suuri nappi ja toisella puolella pikkutasku. Poimutettu muoto. Laukun leveys n. 25cm. Materiaalina keinonahka tai värillinen farkku.

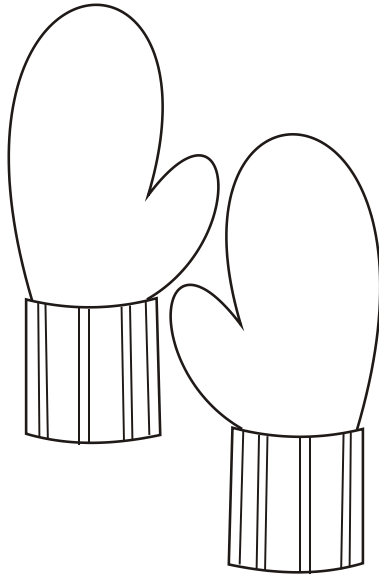
”takkikankaasta tehtynä ihan vähän hipahtava, mieluummin ehkä jostain paksummasta, esim denim tai nahka tai feikkinahka tai jotain”



Iso laukku

Suuri säkkimäinen laukku, jossa poimutusta etu- ja takakappaleessa. Syvyyttä lisätty sivukappaleilla. Pitkähkö hihna ja vetoketjukiinnitys. Materiaalina takkikangas.

”vaikee sanoa tosta kuvasta, mutta periaatteessa varmaan toimii”

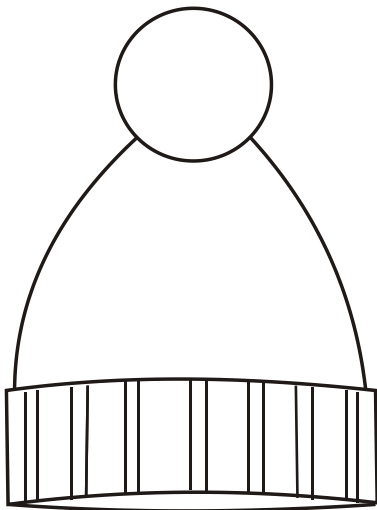


Lapaset

Yksinkertaiset lapaset paksusta puuvillaneuleesta. Ranneosa leveää resoria, joka käännetty kaksinkerroin.

Ideana, että lapasten kanssa samaa kuviointia on myös seuraavana nähtävä pipo.

”tarvii siistin kuvion että toimii, ja vois olla myös sormikkaat”

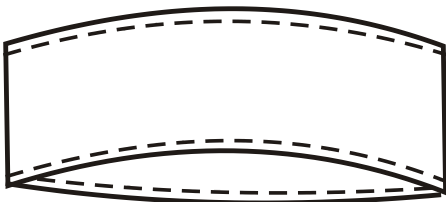


Pipo

Yksinkertainen pipo, jossa suuri tupsu ja reunassa resorineulos, jonka voi kääntää kaksinkerroin. Ideana, että pipoon tulisi yhtenäinen kuviointi lapasten kanssa.

”samaa kuviota tähän kuin edelliseen niin ne on setti”

Panta



Sileää neulosta oleva neulepanta. Ideana käyttää samaa kuviointi, kun pipossa ja lapasissa.

”tästä en oikein tiedä... panta on vaan niin, panta”

7 ARVIOINTI

Esiteltyäni mallit toimeksiantajalle sain niistä palautettua, joka oli suurelta osin positiivista, mihin olin todella tyytyväinen. Freeman arvioi suunnitteluprosessiani ja lopullista mallistoa kokonaisuutena (Liite 3). Mallistoni vastaa hyvin tehtävänantoa ja CTRL:n yleistä linjaa ja se on hyvin suunnattu merkin asiakaskunnalle. Olen saanut mallistosta tarpeeksi yksinkertaisen, jotta se on myyvä, mutta myös sisällyttämään mallistoon muutamien erikoisemman tuotteen, jotka tuovat mallistoon mielenkiintoa. Freemanin mukaan kanssani oli helppo työskennellä ja otin myös hyvin palautetta vastaan. Olen aina pelännyt negatiivisen palautteen vastaanottamista ja omasta mielestäni minulla on siinä vielä opittavaa, joten oli mukava kuulla kehittyneeni tässä asiassa.

Mallistoni tuotteista osaa voi käyttää myös ns. unisex-tuotteina, joita voisi ostaa sekä miehet että naiset. En mallistoa suunnitellessani pyrkinyt unisex-mallistoon, mutta olen toimeksiantajieni kanssa samaa mieltä asiasta ja pidämme molemmille sukupuolille sopivia malleja vahvuutena mallistossani. CTRL:n asiakaskunnassa on paljon ns. edelläkävijöitä, jotka haluavat kokeilla myös erikoisempia juttuja, joita myös mallistostani löytyy. Toimeksiantajat löysivät mallistosta selkeitä lempivaatteita, joita alusta asti olivat neuleponcho, pussimekko ja huppari. Tämän lisäksi molemmilla toimeksiantajille oli omia henkilökohtaisia suosikkeja. Esimerkiksi neulepannasta Freeman ei innostunut, mutta Hytönen oli sitä mieltä, että pannasta saisi mainion lisän katalogikuvauksissa, vaikkei tuote välttämättä päätyisikään mallistoon asti.

Mielestäni lopullinen mallisto vastaa hyvin tehtävänantoa. Halusin tehdä mallistosta myös hiukan itseni näköisen, kyseessä oli kuitenkin ensimmäinen mallistoni, jonka suunnittelen edes osittain koulun ulkopuolelle. Hytönen sanoi tämän olevan hyvä idea, koska mallistossa tulisi aina hiukan näkyä sen suunnittelija. Lopullisessa mallistossa oma näkemykseni näkyy ehkä eniten pussimaisissa muodoissa ja nappiyksityiskohdissa. Mallistosta löytyy niin alkusyksyyn soveltuvia mekkoja ja kevyitä vaatteita, kuin talvipakkasiin soveltuvia toppatakkeja, pipoja ja lapasiakin.

Otin kyselyn tulokset mielestäni hyvin huomioon suunnitellessani mallistoa. Yritin tuoda mallistoon hiukan enemmän naisellisuutta ja asusteita kuin aikaisemmissa mallistoissa. Naiselliset rusetit karsittiin lopullisesta mallistostani kokonaan pois, mutta mielestä-

ni muut seikat tuovat vaatteisiin tyttömäisyyttä. Asusteiden määrä jäi toivottua hieman pienemmäksi, olisin halunnut lopullisen asusteiden määrän kymmeneen. Asusteita on kuitenkin suhteessa koko mallistoon mielestäni oikein hyvä määrä.

8 POHDINTA

Aloittaessani opinnäytetyötä olin innoissani, koska sain juuri sen aiheen, josta olin haaveillutkin. Suunnittelemisen yhdelle lempivaatemerkeistäni oli toiveiden täyttymys ja ryhdyin työskentelemään opinnäytetyöni parissa innokkaasti. Oli mielenkiintoista suunnitella tyttöjen mallistoa, sillä suurin osa CTRL:n tämänhetkisistä suomalaisista asiakkaista ovat iältään minua nuorempia, enkä ollut perehtynyt ikäryhmän pukeutumiseen juurikaan aiemmin.

Kollaasit ovat mielestäni toimivia ja hyviä, mutta osaan niistä oli vaikea löytää sopivia kuvia. Tämän vuoksi kollaaseihin olisi voinut kerätä ideoita jostain ihan muualta, kun valmiista vaatteista, kuten luonnosta, harrastuksista tai taiteesta. Kollaasien idea tuli kuitenkin toimeksiantajiltani ja he käyttävät nimenomaan toisten firmojen vaatteista kasattuja kollaaseja myös oman ideointinsa lähtökohtana, joten en ajatellut kyseistä seikkaa kollaaseja tehdessäni.

Kyselylomakkeen suunnittelu oli mielestäni mukavaa ja opin paljon uutta kyselystä ja sen laatimisesta. Kysely olisi ehkä pitänyt suorittaa hiukan aikaisemmin suhteessa malliston suunnitteluun, koska nyt suunnittelulle ei jäänyt tarpeeksi aikaa. SPSS-ohjelman käyttö olisi ollut hyvä osata jo ennen kesää, koska nyt kyselyn tulosten analysointi tapahtui samaan aikaan malliston suunnittelun kanssa eikä ennen sitä, kuten oli tarkoitus. Näin kuitenkin jo ennen tulosten analysointia pinnalle nousevia tärkeitä asioita suunnittelun kannalta, joten pystyin aloittamaan suunnittelun jo ennen lopullisia tuloksia.

Aikataulullisesti minun olisi pitänyt olla enemmän samalla viivalla Hytösen ja Freemanin kanssa. Koska viestiminen meidän välillämme ei koko ajan oikein toiminut, en missään vaiheessa saanut varmaa tietoa, milloin mallistoni viivapiirrosten olisi oltava valmiit. Tämän vuoksi yksikään mallistoni vaate ei päässyt syksyn 2010-mallistoon, vaan tuotteita katsotaan uudestaan kevään 2011-malliston kohdalla. Tämä tietysti harmitti,

koska olin suunnitellut mallistoni nimenomaan syksyille 2010 ja jos olisin tiennyt aikataulusta aikaisemmin, olisin ehtinyt tehdä viivapiirroksiset ajoissa.

Viivapiirrosten tekeminen oli mielestäni mukavaa ja opin hurjasti lisää Corel Draw-ohjelman käyttöä. Piirroksiset ovat mielestäni selkeitä ja niistä näkee hyvin, mitä olen malleilta hakenut. Onnistuin mielestäni saamaan mallistosta ehyen kokonaisuuden, joka on kuitenkin helppo yhdistää CTRL:n mallistoihin. Mallistostani voi hyödyntää toisiin mallistoihin joko vain muutamia tuotteita tai koko malliston. Jokainen tuote on yksilö, mutta ne toimivat myös kokonaisuutena.

Helpointa opinnäytetyössäni oli tekstin tuottaminen. Olen aina ollut kova puhumaan ja kirjoittamaan, ja verbaalisuus on vahvuuksiani. Myös ideoita malliston vaatteisiin tuli runsaasti ja helposti ja olisin voinut suunnitella uusia tuotteita vielä viivapiirrosten tekovaiheessa, mutta se ei tietenkään ollut enää viisasta. Mielestäni vaikeinta opinnäytetyössäni oli löytää oikeanlaisia lähteitä asiatekstin kirjoittamiseen. Myös aikatauluttaminen tuotti hieman vaikeuksia, vaikka olen koko opinnäytetyöprosessin ajan ollut reilusti opiskelijatovereitani edellä. Aloitin opinnäytetyöni tekemisen ajoissa, mutta silti tuntui, että mallien suunnittelun ja viivapiirrosten tekemisen kanssa tuli kiire.

Kokonaisuutena olen opinnäytetyöhöni tyytyväinen, ja enää tarvitsee jännittää vain sitä, pääseekö joku tuotteistani vielä Japanin myymälöihin saakka. Tulevaisuudessa haluaisin työskennellä street-vaatteiden ja mielelläni myös CTRL Clothing Oy:n parissa, joten luulen opinnäytetyöstäni olleen minulle paljon hyötyä. Mielenkiintoni street-vaatteita ja CTRL:ää kohtaan vain kasvoi opinnäytetyötä tehdessä, joten luulen tämän todella olevan ”se mun juttu”.

LÄHTEET

Anttila, Pirkko 1998. Tutkimisen taito ja tiedon hankinta. Helsinki. Akatiimi Oy.

Huotari Petteri, Laitakari-Svärd Ira, Laakko Johanna, Koskinen Ilpo 2003.

Käyttäjäkeskeinen tuotesuunnittelu: Käyttäjätiedon keruu, mallintaminen ja arviointi. Saarijärvi. Gummerus Kirjapaino Oy.

KATMI Consulting Oy. Luovuus ja innovatiivisuus. www-sivut:

<http://www.katmi.com/Johdatus-innovatiivisuuden-maailmaan>

Luettu 14.1.2010.

Kettunen, Ilkka 2000. Muodon palapeli. Helsinki. Warner Söderström Osakeyhtiö.

Lavonen, Meisalo & al. Luovan ongelmanratkaisun työtavat. www-sivut:

<http://www.edu.helsinki.fi/malu/kirjasto/lor/main.htm>

Luettu 14.1.2010

Nuutinen, Ana 2004. Edelläkävijät : Hiljainen, implisiittinen ja eksplisiittinen tieto muodin ennustamisessa. Saarijärvi. Gummerus Kirjapaino Oy.

Ruohonen Sinikka 2001. Nuorten Pukeutuminen: Erottautumista, elämyksiä, harkintaa. Joensuu. University Press Oy.

Seitamaa-Hakkarainen,Pirita. Suunnitteluprosessien teoria. www-sivut:

http://mlab.taik.fi/polut/Design/teoria_suunnitteluprosessit.html

Luettu 9.12.2009

Solomon Michael R., Rabolt Nancy J. 2004. Consumer Behavior in Fashion. New Jersey. Pearson Education, Inc.

Vilka Hanna 2005. Tutki ja kehitä. Vaajakoski. Gummerus Kirjapaino Oy

KUVALÄHTEET

KUVA 1. Esimerkkejä aikaisemmista malleista, CTRL syksy 2008.

<http://www.ctrlclothing.com/fall08/> Haettu 10.4.2009.

KUVA 2. Esimerkkejä aikaisemmista malleista, CTRL syksy 2008.

<http://www.ctrlclothing.com/fall08/> Haettu 10.4.2009.

KUVA 3. Esimerkkejä aikaisemmista materiaaleista, CTRL syksy 2008.

<http://www.ctrlclothing.com/fall08/> Haettu 10.4.2009.

KUVA 4. Esimerkkejä aikaisemmista materiaaleista, CTRL syksy 2008.

<http://www.ctrlclothing.com/fall08/> Haettu 10.4.2009.

Kysely

Opinnäytetyö

Viivi Tuominiemi,
Muotoilun koulutusohjelma,
Mikkelin ammattikorkeakoulu

Mikäli kysymyksessä ei toisin mainita, ympyröi ainoastaan yksi vaihtoehtoista.

1. Mihin ikäryhmään kuulut?

- a) alle 15
- b) 15–20
- c) 21–25
- d) 26–30
- e) 31–35
- f) yli 35

2. Mitkä adjektiiveista mielestäsi kuvaa parhaiten CTRL:ää merkinä? (ympyröi 1-3)

- a) nuori
- b) trendikäs
- c) villi
- d) värikäs
- e) selkeä
- f) hauska
- g) hullutteleva
- h) rento
- i) muu, mikä? _____

3. Mitkä seuraavista saa sinut ostamaan CTRL:n vaatteita? (ympyröi 1-3)

- a) suomalaisuus
- b) edullinen hinta
- c) kuviointi
- d) mielenkiintoiset mallit ja yksityiskohdat
- e) materiaalit
- f) mukavuus
- g) muu, mikä? _____

4. Millaisissa tilanteissa käytät CTRL:n vaatteita? (ympyröi 1-3)

- a) kaikissa tilanteissa, mallistoista löytyy joka lähtöön
- b) töissä
- c) koulussa
- d) baarissa/ bileissä
- e) virallisissa juhlissa
- f) urheillessa/ulkoillessa
- g) muu, mikä? _____

5. Millainen nuori nainen mielestäsi ostaa CTRL:n tuotteita?

- a) katutyölienen seuraaja
- b) rullalautailun harrastaja
- c) persoonallinen edelläkävijä
- d) suomalaisten merkkien suosija
- e) kuka tahansa, joka pitää merkin vaatteista
- f) muu, mikä? _____

6. Mitä kaipaisit vielä CTRL:ltä?

- a) villimpää, persoonallisempaa otetta
- b) hiukan naisellisempaa otetta
- c) hillitympää, asiallisempaa linjaa
- d) lisää asusteita (laukkuja, huiveja, hattuja..)
- e) en mitään, merkki on täydellinen.
- f) muu, mitä? _____

7. Mikä on tärkein kriteeri ostaessasi syys/talvivaatteita?

- a) edullinen hinta
- b) värit
- c) käytännöllisyys ja lämpöisyys
- d) persoonallisuus ja omaan tyyliin sopivuus
- e) yhdisteltävyys ja yksinkertaisuus
- f) muu, mikä? _____

8. Mitä vaatekappaleita ostat yleensä syksyllä? (ympyröi 1-3)

- a) huppareita /collegepaitoja
- b) mekkoja
- c) neuleita
- d) pipoja, lapasia, kaulahuiveja
- e) takkeja

f) muu, mitä? _____

9. Ovatko CTRL:n vaatteet mielestäsi ajattomia?

- a) ovat, samoja vaatteita voi käyttää vuosia yhdistelemällä ne eri tavoin
- b) osittain kyllä, riippuen vaatteesta
- c) ei, vaatteet kuuluvat vain omaan sesonkiinsa
- e) muu, mitä? _____

10. Mitä seuraavista merkeistä ostan CTRL:n lisäksi? (ympyröi 1-3)

- a) Volcom
- b) Melodica
- c) DC
- d) Nikita
- e) Innes
- f) muita, mitä? _____

11. Mistä haet vaikutteita pukeutumiseesi? (ympyröi 1-3)

- a) muotiblogeista
- b) ystäviltä
- c) musiikista
- d) elokuvista
- e) vaatekaupoista
- f) katalogeista
- g) harrastuksista
- h) muotilehdistä
- i) en hae tietoisesti vaikutteita
- j) muu, mikä? _____

12. Terveiset CTRL:lle:

LIITE 2

Lista CTRL:ä myyvistä liikeistä Suomessa, sekä muut CTRL:ä myyvät maat:
(lista ei välttämättä ole täydellinen)

Alley 53, Lappeenranta
Beamhill, Järvenpää
Beamhill, Helsinki
Beyond, Jyväskylä
Cartel, Tampere
Grey Market, Helsinki
Helsinki 10, Helsinki
mashmarket.com , verkkokauppa
Olohuone, Kerava
Real Deal, Oulu
Saint Louis, Lahti
Station, Ylivieska
Switchstance, Kuopio
Union Five, Helsinki
unionfive.com, verkkokauppa
Stale, Turku

Australia (1 myymälä)
Englanti (4 myymälää + 2 verkkokauppa)
Espanja (6 myymälää)
Hollanti (12 myymälää + 1 verkkokauppa)
Hong Kong (1 myymälä)
Indonesia (1 myymälä)
Italia (3 myymälää)
Japani (21 myymälää)

Kanada (9 myymälää)
Korea (1 myymälä)
Kreikka (1 myymälä)
Latvia (1 myymälä)
Liettua (1 myymälä)
Norja (2 myymälää)
Portugali (11 myymälää)
Ranska (5 myymälää + 2 verkkokauppaa)
Romania (1 myymälä)
Ruotsi (3 myymälää + 1 verkkokauppa)
Saksa (30 myymälää + 1 verkkokauppa)
Singapore (1 myymälä)
Sveitsi (2 myymälää)
Taiwan (1 myymälä)
Tanska (2 myymälää + 1 verkkokauppa)
Tsekki (1 myymälä)
Unkari (1 myymälä)
USA (26 myymälää + 1 verkkokauppa)
Viro (2 myymälää)
Venäjä (4 myymälää + 1 verkkokauppa)

CTRL / VIIVI / loppuarviointi

viivin tekemä mallisto vastasi erinomaisesti CTRL merkin yleistä linjaa, ja viivi on myös hyvin omaksunut ja adaptoinut CTRL:lle tyypillisen omintakeisen tyylin mallistoissa. viivin mallisto on myös hyvin kattava ajatellen CTRL kohderyhmää joka koostuu ns. "early adopterseista", "tastemakereista" sekä näitä seuraavista trenditietoisista nuorista. mallistossa on myös unisex tuotteita jotka sopivat hyvin sekä tytöille että pojille, tämä on erityisen hyvä tuotannollisesti ajatellen sillä silloin säästetään tuotantokustannuksista kun saadaan yhden tuotteen määrät kaksinkertaisiksi tekemällä tuotteesta unisex.

viivin mallisto vastasi hyvin toimeksiantoa, eli viivi toimitti sitä mitä tilattiin, tähän oli varmasti hyvä pohjustus viivin aikaisempi työharjoittelu meidän toimistolla, sillä työharjoittelun kautta viivi pääsi kurkistamaan CTRL maailman kulussien taakse, sekä siihen mikä merkki itseasiassa on ja mitä se edustaa, ja millaisia merkin tekijät ovat, tämä on ensisijaisen tärkeää tehtäessä mallistoa muille merkeille, eli niin sanottu taustatutkimus, minkä viivi teki hyvin ja se näkyy hänen suunnittelemissaan tuotteissa, sekä malliston yleisilmeessä. viivin käyttämä tyyli on raikas ja ajankohtainen, ennenkaikkea, kansainvälinen, sillä kun suomessa tehdään vaikka talvimallistoa, niin muualla maailmassa myydään kesämallistoa, viivi onkin hyvin tajunnut että periaatteessa aina tulisi suunnitella pääsääntöisesti kesämallistoa kun suunnitellaan maailmanlaajuiseen myyntiin mallistoa.

mallistossa parasta on se että se ei yritä olla liian erilainen, tai mitenkään avant-garde, vaan se on nimenomaan tehty kohderyhmää ja brandia ajatellen niin että joukossa on paljon ns. perustuotteita mitkä ovat oikeasti myös ne tuotteet millä mallistoissa tehdään isoin myynti, mutta myös erikoisemmat tuotteet viivin mallistossa ovat toimivia ja tuovat sen mukavan eksotiikan ja kiinnostavuuden perustuotteiden ohelle, malliston ns. draaman kaari on siis onnistunut, ja erikoisemmat tuotteet rakentavat hyvin brandin kiinnostavuutta ja herättävät ajatuksia ja kysymyksiä ja toimivat siten hyvin esimerkiksi malliston markkinointia, kuvauksia, kuvastoja ja mainontaa ajatellen.

malliston heikoin puoli taas on se että se ehkä kaipaisi muutaman todella vahvan kuosin tai väriyhdistelmän mikä kulkisi läpi malliston ja tekisi kokonaisuudesta vahvemman, sellainen vincent gallomainen vahva itsevarmuus ja sitä kautta karisma hieman uupuu. nuo elementit olisi tosin helppo lisätä myöhemmin mallistoon mukaan tukemaan kokonaisuutta. mallistossa tulisi myös ottaa vahvasti huomioon tuotteiden yhdenmukaistaminen tuotantoa varten, esim. samojen materiaalien levittäminen enemmän ympärimallistoa, samojen materiaalien käyttämien ristiin tuotteiden kesken niiden yksityiskohdissa, sekä ehkä useampikin tuote voisi olla unisex tuote. malliston helmiä ovat ehdottomasti "neuleponcho", "huppari", "shortsit", "toppi", "pussimekko", "kauppakassi" sekä oma henkilökohtainen suosikkini "toppaliivi". näistä tuotteista voidaan mahdollisesti jalostaa tuotteita aina tuotantoon asti seuraavaan mallistoon.

viivin kanssa oli helppo työskennellä, johtuen osaksi siitäkin että viivi jo ennestään oli meillä työharjoittelussa joten tunsimme jo toisemme entuudestaan ja siten kommunikointiakin sujui ongelmitta. samoin viivi otti hyvin palautteen vastaan, eikä pelästynyt kun sai osakseen kovaakin kritiikkiä. meidän osaltamme projektin isoin ongelma oli ainainen kiire toimistolla, mikä toivottavasti muodostuu myös viivin ongelmaksi pian kun hänen nousujohteinen ja menestyvä ura vaatesuunnittelijana alkaa!

parhain terveisin,
freeman