



Showroomin tilasuunnitelma

Tila- ja sisustussuunnitelma Karava Oy:lle
.....

Opinnäytetyö
Metropolia Ammattikorkeakoulu
Muotoilun tutkinto-ohjelma

Saana Tavarez
Kevät 2023
Sisustusarkkitehtuuri

Tiivistelmä

Tekijä: Saana Tavarez

Otsikko: Showroomin tilasuunnitelma - Tila- ja sisustussuunnitelma Karava Oy:lle

Sivumäärä + liitteet: 49 + 10

Päiväys: 06.03.2023

Oppilaitos: Metropolian Ammattikorkeakoulu

Tutkinto: Muotoilija

Suuntautuminen: Sisustusarkkitehtuuri

Ohjaaja: Lehtori Pasi Pänkäläinen

• • • • •

Opinnäytetyö käsittelee Karava Oy:n myyntinäyttelytilan tila- ja sisustussuunnitelmaa. Karava on tunnettu puutavaraliike Pirkkalassa. Suunnitelman avulla asiakas pystyy uudistamaan vanhan myyntinäyttelytilansa uusien, pääsääntöisesti ulkokäyttöön tarkoitettujen metritavaratuotteiden esittelytilaksi. Tarkoituksena on luoda suunnitelma, joka palvelee hyvin tilankäyttäjiä sekä tarjoaa samalla mieleenpainuvan tilakokemuksen.

Työssä tarkastellaan moniaistillisuutta sekä käyttäjälähtöistä suunnittelua, jotka toimivat lähtökohtina luomaan tavanomaista erikoisemman tilakokemuksen ja saamaan paremman ymmärryksen asiakkaan toiveista ja tavoitteista. Työ on toteutettu yhteistyössä Karavan ja Suunnittelutoimisto Iloa360:n kanssa.

Lopuksi esitellään kokonaisvaltainen tilasuunnitelma, joka kattaa niin kiinto- kuin irtokalustuksen, materiaalivalinnat sekä valaistussuunnitelman. Lopputuloksena on Karavan ammattitaidon näyttävästi esittelevä tila, joka edesauttaa yrityksen myyntiä ja on jokaiselle positiivinen aisteja ruokkiva kokemus.

Abstract

Author: Saana Tavares

Title: Interior concept for showroom - Spatial and interior design for Karava Oy

Pages + Attachments: 49 + 10

Date: 6th March 2023

Institution: Metropolia University of Applied Sciences

Degree: Bachelor of Culture and Arts

Specialization: Interior Architecture

Instructor: Lecturer Pasi Pänkäläinen

• • • • •

The subject of this thesis is spatial and interior design for Karava Oy's showroom. Karava Oy is an award-winning timber store in Pirkkala. Through this plan, Karava will modernize their showroom intended for outdoor-use products. The idea is to create an interior design plan that will serve its users well and be a memorable experience. This project has been developed in cooperation with Karava and Design office Iloa360 Oy.

The multi-sensory and user-oriented design serves as the starting point in a customer journey to discover their needs using innovative spatial elements. The comprehensive plan includes fixtures and furniture, material choices, and a lighting plan.

The end result drive sales, showcases Karava's spectacular capabilities, and delights the senses of each customer that visits.

Sisällysluettelo

01

Johdanto

- 1.1 Aluksi 2
- 1.2 Rajausta tavoitteet 3
- 1.3 Toimeksianto ja Karava Oy..... 4
- 1.4 Viitekehys 5
- 1.5 Tutkimusmenetelmät 6

04

Vertailuanalyysi

- 4.1 Grupo Arca showroom 25
- 4.2 Sculptform Design Studio / Woods Bagot 26
- 4.3 Ariostea showroom 27

07

- 7.1 Yhteenveto ja johtopäätökset 48

02

Kohde

- 2.1 Sijainti ja rakennus 8
- 2.2 Tila 9
- 2.3 Asiakkaan tarpeet & toiveet.. 10
- 2.4 Tutkimuskysymykset 11
- 2.5 Haasteet ja määräykset 12

05

Suunnitteluprosessi

- 5.1 Konseptointi 29
- 5.2 Tilan luonnostelu 30
- 5.3 Tilassa kulkeminen 31
- 5.4 Materiaalit ja värit 32
- 5.5 Suunnittelu alueittain 33

- Lähteet 49

03

Taustatutkimus

- 3.1 Myyntinäyttelytila 14
- 3.2 Moniaistillinen tilakokemus 15
- 3.3 Etsimme kokemuksia 19
- 3.4 Tunnelma ja asiakastyytyväisyys .. 20
- 3.5 Käyttäjälähtöinen suunnittelu 21

06

Lopputulos

- 6.1 Tilaohjelma 38
- 6.2 Visualisointi 39
- 6.3 Pintamateriaalit 40
- 6.4 Leikkaus 41
- 6.5 Suunnitelma alueittain 42
- 6.6 Valaistussuunnitelma 47

- Liitteet 50

1

Johdanto

- 1.1 Aluksi
- 1.2 Rajausta tavoitteet
- 1.3 Toimeksianto ja Karava Oy
- 1.4 Viitekehys
- 1.5 Tutkimusmenetelmät

1.1 Aluksi

Opinnäytetyöni aiheena on suunnitella suomalaiselle puutavaraliikkeelle Karava Oy:lle showroom eli myyntinäyttelytila. Teen asiakkaalle tila- ja sisustus-suunnitelman, jonka avulla he voivat uudistaa vanhan myyntinäyttelytilan uusien, pääsääntöisesti ulkokäyttöön tarkoitettujen metritavaratuotteiden esittelytilaksi. Tutustun suunnittelu-prosessin aikana moniaistilliseen tilakokemukseen ja käyttäjälähtöiseen suunnitteluun. Lopputuloksena esittelen kokonaisvaltaisen tilasuunnitelman, jonka tarkoituksena on edesauttaa yrityksen myyntiä ja ottaa huomioon niin asiakkaat kuin työntekijät.

Tarkastelen opinnäytetyössäni moniaistillisuutta, sillä koen aiheen hyvin mielenkiintoiseksi ja haluan ymmärtää sen tuomat hyödyt ja vaikutukset tilakokemuksessa. Ajatuksena on löytää myyntinäyttelytilalle sopivia moniaistillisia ratkaisuja, jotka vaikuttavat tilako-

kemukseen positiivisesti ja hyvinvointia edistävästi. Käyn työssäni läpi myös käyttäjälähtöistä suunnittelua, koska se sopii hyvin aiheeseen ja on tärkeä osa toteutuvaa työtä. Käyttäjälähtöisyyden yksi osa-alueista on ottaa suunnitteluun mukaan tilan käyttäjät, ja siksi tein tiivistä yhteistyötä Karavan, työntekijöiden ja suunnittelutoimisto Iloa360:n kanssa.

Suunnittelukohteeni perustuu toimeksiantoon, jonka sain töiden kautta. Sovimme Karava Oy:n kanssa yhteistyöstä ja sain heiltä projektille tietyt vaatimukset ja rajaukset. Huomioin työssäni asiakkaan toiveet ja tarpeet sekä omat tavoitteet, jotka asetin projektin alkuvaiheessa. Tavoitteena oli esitellä Karavan tuotteet mahdollisimman monipuolisesti, luoda erilaisia puoleen-savetäviä ympäristöjä ja tarjota asiakkaille mieleenpainuvia kokemuksia.



1.2 Rajaus ja tavoitteet

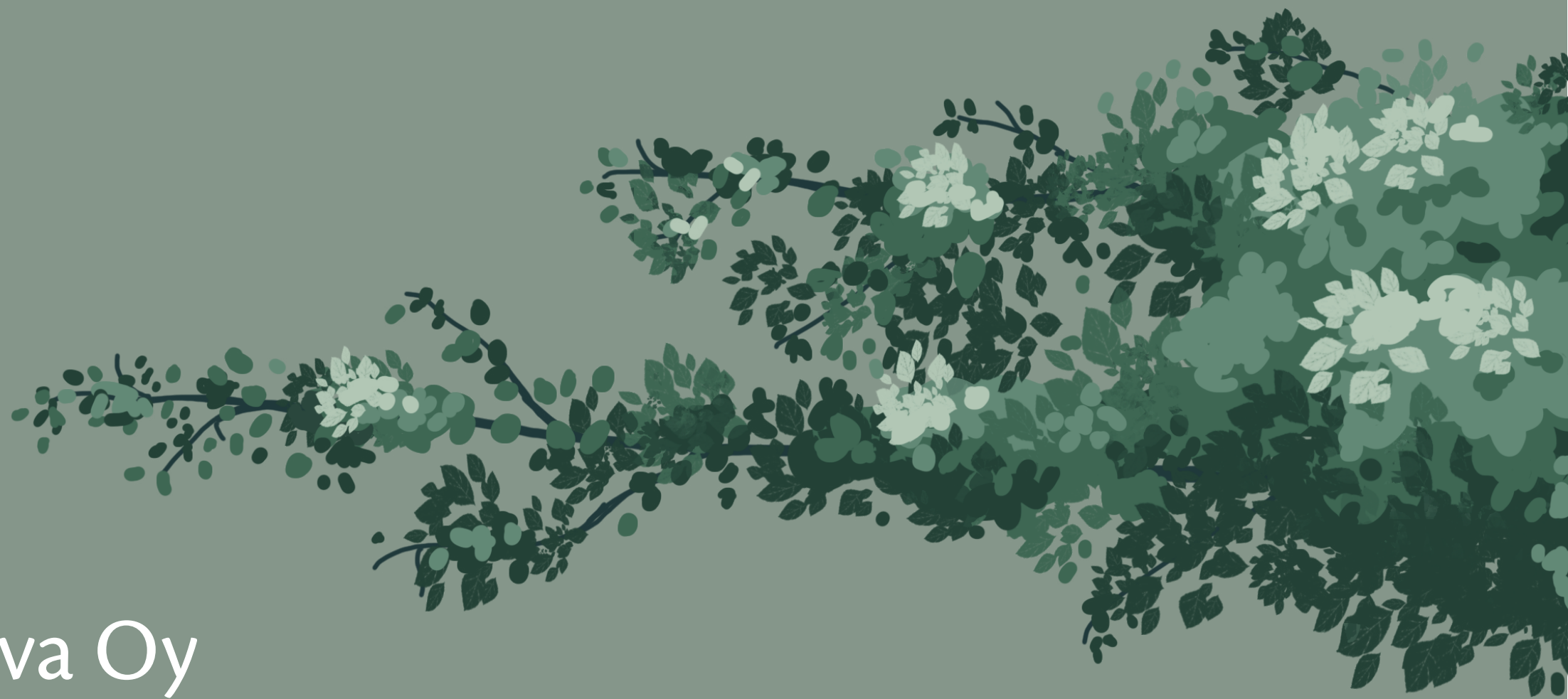
Myyntinäyttelytilan tilasuunnittelu rajautuu asiakkaan n. 20 erilaisen tuotteen esittelyyn sovitussa tilassa mahdollisimman monipuolisesti. Metritavaratuotteiden esittely näkyy suurina pintoina erilaisissa käyttöympäristöissä ja erilaisina käyttötarkoituksina.

Tilallisesti aihe rajautuu Karavan antaman hallitilan alakertaan. Huomioin suunnittelussa myyntinäyttelytilan välittömässä yhteydessä olevat tilat yhtenäisen ilmeen saavuttamiseksi, mutta en käsittele tiloja sen tarkemmin.

Tarkoituksena on hyödyntää Karavan tuotteita mahdollisimman laajasti, mikä tarkoittaa tuotteilla suunnittelua niin kiinto- kuin irtokalusteissa. On tärkeää, että asiakkaat löytävät tilasta uusia kiinnostavia ratkaisuja ja ideoita, joita he voivat myös itse rakentaa ja hyödyntää kotona.

Tavoitteena on esitellä ulkokäyttöön tarkoitetut tuotteet sisätiloissa antamatta sisätilojen rajoittaa kokemusta tai käyttötarkoitusta. Tuotteiden esillepanon on oltava monipuolinen ja mieleenpainuva, joka tekee vaikutuksen asiakkaisiin. Hyödyntämällä moniaistillisuutta ja käyttäjälähtöistä suunnittelua on tarkoitus luoda tilassa oleville eli niin asiakkaille kuin työntekijöille positiivinen aisteja ruokkiva kokemus.

Kuluttajat odottavat yrityksiltä ja organisaatioilta aina vain enemmän mikä vaatii yrityksiltä kekseliäisyyttä erilaisten kokemusten luomisessa (Tuulaniemi 2016, 22). Aistien hyödyntäminen on oiva tapa vaikuttaa asiakkaisiin positiivisesti, koska aistit herättelevät tunteita, muistoja ja ajatuksia sekä näin jättävät pidempiaikaisen muistijäljen yrityksestä.



1.3 Toimeksianto ja Karava Oy

Sain opinnäytetyölleni toimeksiannon työpaikkani suunnittelutoimisto Iloa360 Oy:n kautta. Iloa360 on sisustussuunnittelija Heli Virtasen perustama yritys Helsingissä. Vuonna 2017 yrityksen perustanut Virtanen on suunnitellut vahvalla ammattitaidolla ja visuaalisesti kauniilla käsialalla monipuolisesti lukuisia kohteita: koteja, vapaa-ajan asuntoja sekä isoja toimistotiloja.

Iloa360 on ollut alusta asti mukana opinnäytetyöprosessissa antamassa neuvoja ja tukea. Projektin eri vaiheissa olen käynyt keskusteluja Virtasen kanssa ja saanut uusia näkökulmia ja parannusehdotuksia työhön.

Toimeksianto on suunnitella ja uudistaa Karava Oy:n vanha myyntinäyttelytila. Nykyinen näyttely siirtyy toisiin tiloihin ja uusi näyttelytila muokkaantuu pääasiallisesti ulkokäyttöön tarkoitetuille tuotteille vahvana painotuksena lämpökäsitellyt havupuutuotteet.

Karava Oy on suomalainen perheyritys, joka on perustettu vuonna 1988. Silloin maatalouden sivuelinkeinoksi syntyneen yhtiön idea lähti käyntiin talonrakennusprojektin kautta. Karava toteutti aluksi mm. höylätystä puutavarasta erikoistuotteita, ja vuosien saatossa toiminta kasvoi päätoimiseksi. (Karavan työntekijöiden haastattelu 2022.)

Nykyään lehtipuiden jalostukseen erikoistuneella yrityksellä on oma höyläämö ja puusepänverstas Pirkkalassa, jossa kaikki heidän tuotteensa valmistetaan. Karavan tuotevalikoima on laaja ja kattaa kaiken sisäverhouspaneeleista ulkokäyttöön soveltuviin terassilautoihin. Perusvalikoiman lisäksi Karava toteuttaa mittatilaustuotteita – ”jos asiakas pystyy kuvittelemaan unelmiensa ratkaisun, me pystymme mahdollistamaan sen”. (Karava 2022.)

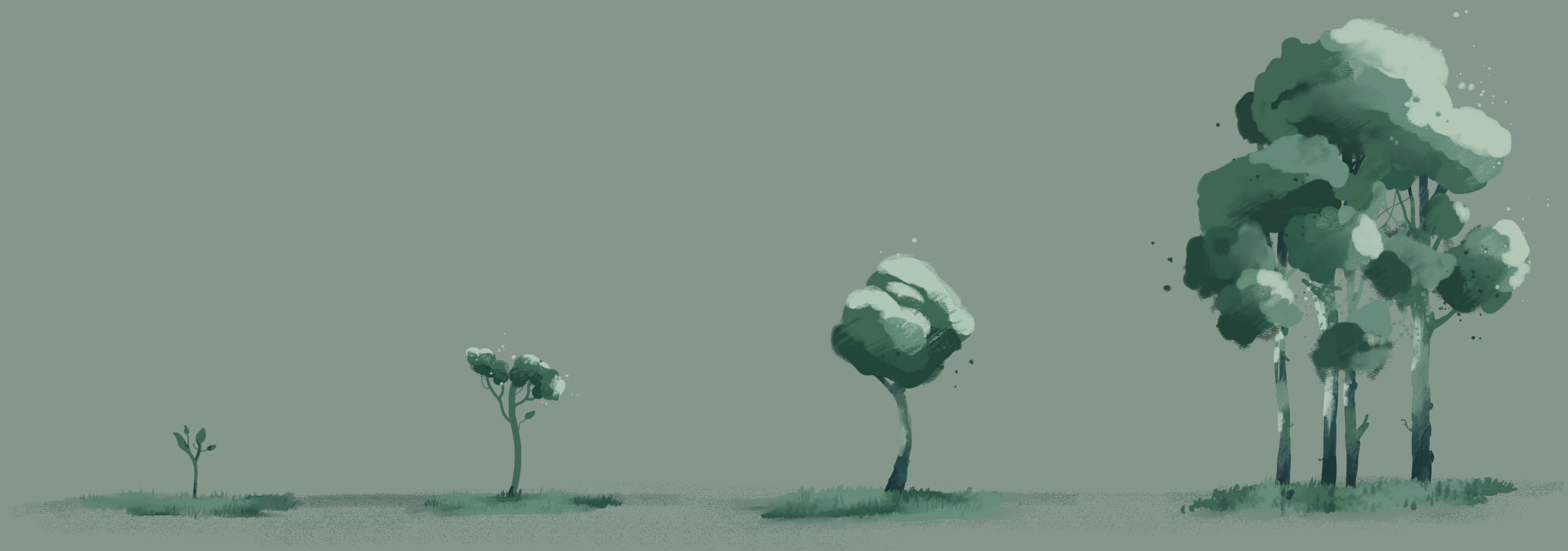
Karavan asiakaskuntaan kuuluvat niin yksityis- kuin yritysasiakkaat Suomessa ja Euroopassa. Jatkossa Karava haluaa vakiinnuttaa asemaansa Euroopan markkinoilla, laajentaa sekä kehittää tuotevalikoimaansa niin kalusteissa kuin paneeleissa ja jatkaa yhteistyötä arkkitehtien ja suunnittelijoiden kanssa. (Karavan työntekijöiden haastattelu 2022.)

1.4 Viitekehys



Moniaistillisuus = Useamman aistin kautta samanaikaisesti saatu aistikokemus (Aistien-menetelmä 2022).

Käyttäjälähtöinen suunnittelu = Suunnitteluprosessi, jossa keskipisteenä on käyttäjät ja heidän tarpeensa (Sohova 2022).



1.5 Tutkimusmenetelmät

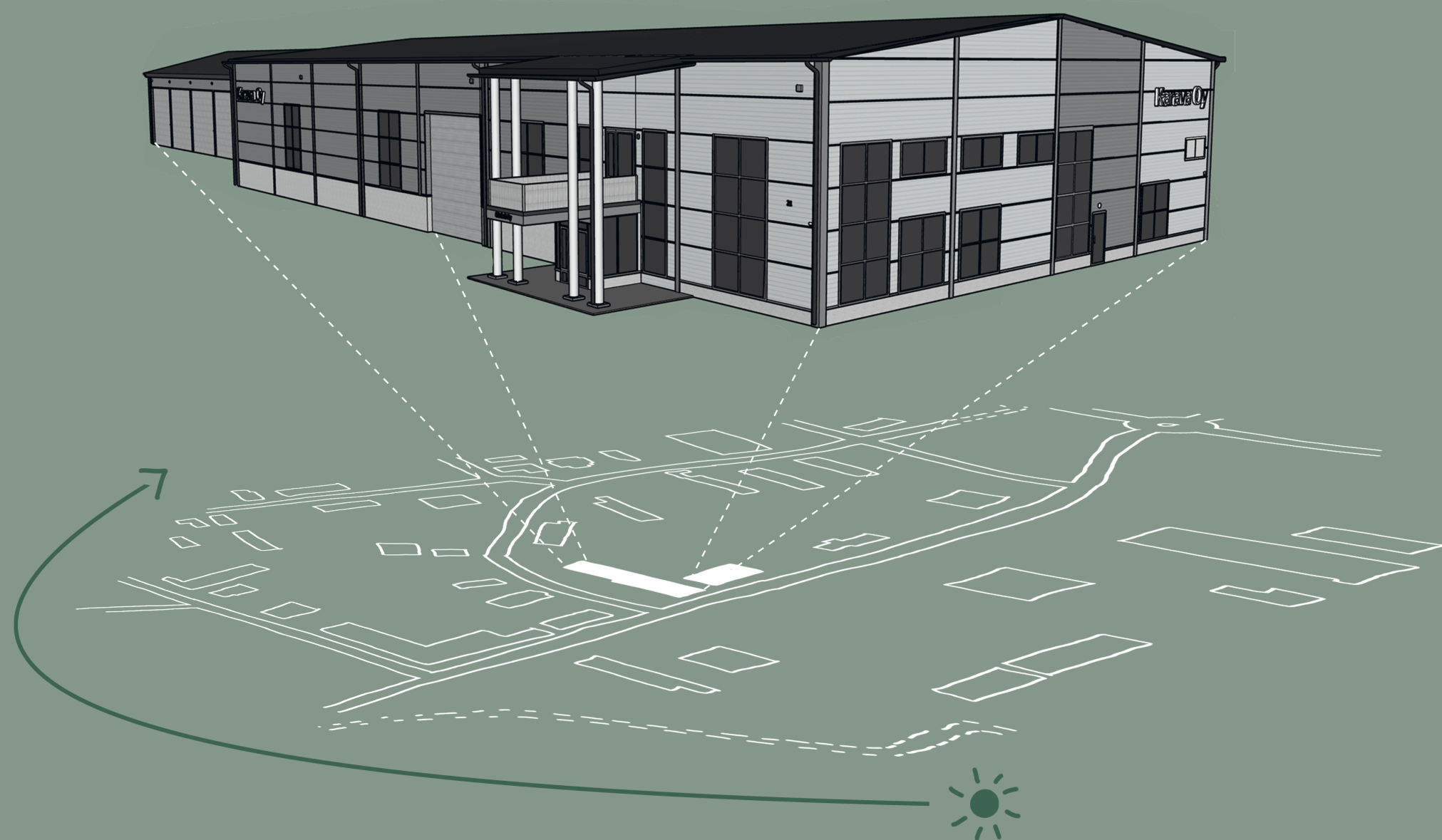
Opinnäytetyön taustatutkimuksen pohjalta on tarkoitus saada ymmärrystä moniaistillisuudesta ja löytää ratkaisuja hyödyntäen käyttäjälähtöistä suunnittelua, materiaaleja ja valaistusta, jotka tekevät tilasta mieluisan sen käyttäjille ja tukevat yrityksen ilmettä. Perehdyn työssä myyntinäyttelytilojen suunnitteluun ja tunnelmamuotoiluun sekä palvelumuotoiluun liittyvään kirjallisuuteen.

Haastattelen käyttäjiä ja otan huomioon yrityksen tarpeet ja toiveet tilan ilmeestä, esiteltävistä tuotteista ja toiminnallisuudesta. Teen vertailuanalyysia kohteista, joista löytyy samankaltaisia piirteitä ja kiinnostavia ratkaisuja kuten kohdetilassa. Käyn myös paikan päällä havainnoimassa kohteen nykytilaa, sen ympärillä olevia tiloja sekä tunnelmaa, jotka antavat ymmärrystä, mikä tilassa toimii tällä hetkellä ja mikä ei.

2

Kohde

- 2.1 Sijainti ja rakennus
- 2.2 Tila
- 2.3 Asiakkaan tarpeet & toiveet
- 2.4 Suunnittelun lähtökohdat
- 2.5 Haasteet ja määräykset



2.1 Sijainti ja rakennus

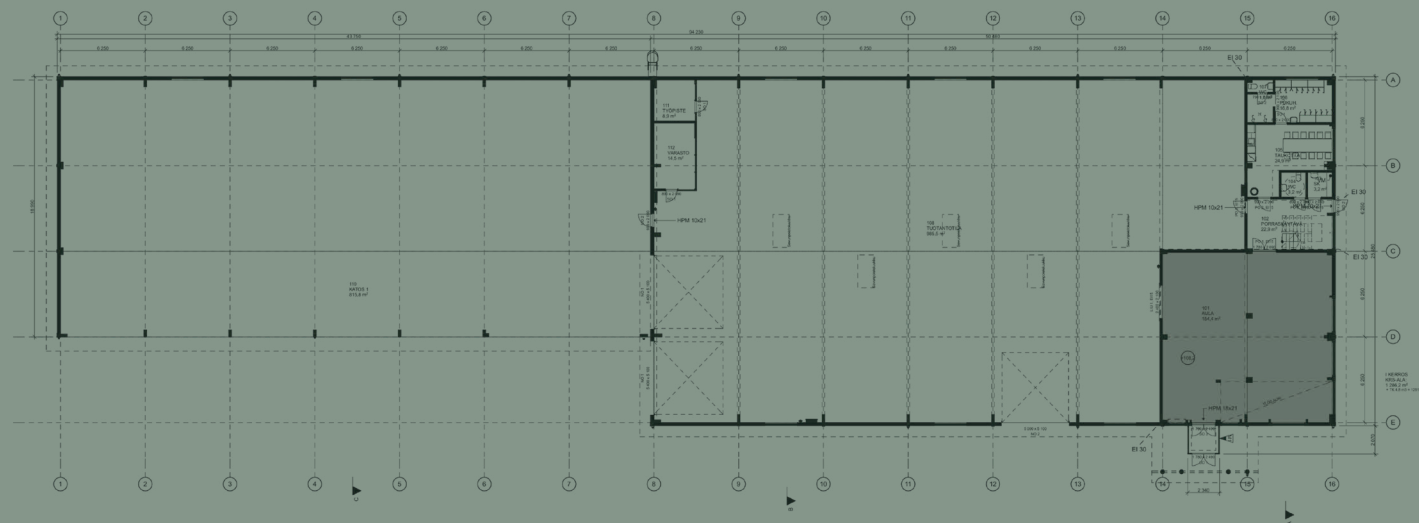
Kohde sijaitsee Pirkkalassa (Vesalantie 21) alueella, jossa on paljon suuria hallirakennuksia ja muita yrityksiä. Rakennus on 1500 m²:n kokoinen ja sisältää myyntinäyttelytilan lisäksi höyläämön, varastoja sekä henkilökunnan sosiaalityilat. Nykyisen rakennuksen lisäksi Karava on laajentanut tilojaan ja rakentanut vierelle toisenkin rakennuksen, jonne sauna- ja sisäpaneelituotteiden näyttelytila on siirtynyt. Molemmat rakennukset ovat tyyliunnaaltaan hallirakennuksia, joissa on korkeita tiloja ja paljon ikkunapinta-alaa.

Suurien ikkunoiden ansiosta auringon valoa riittää rakennuksessa koko päivälle.

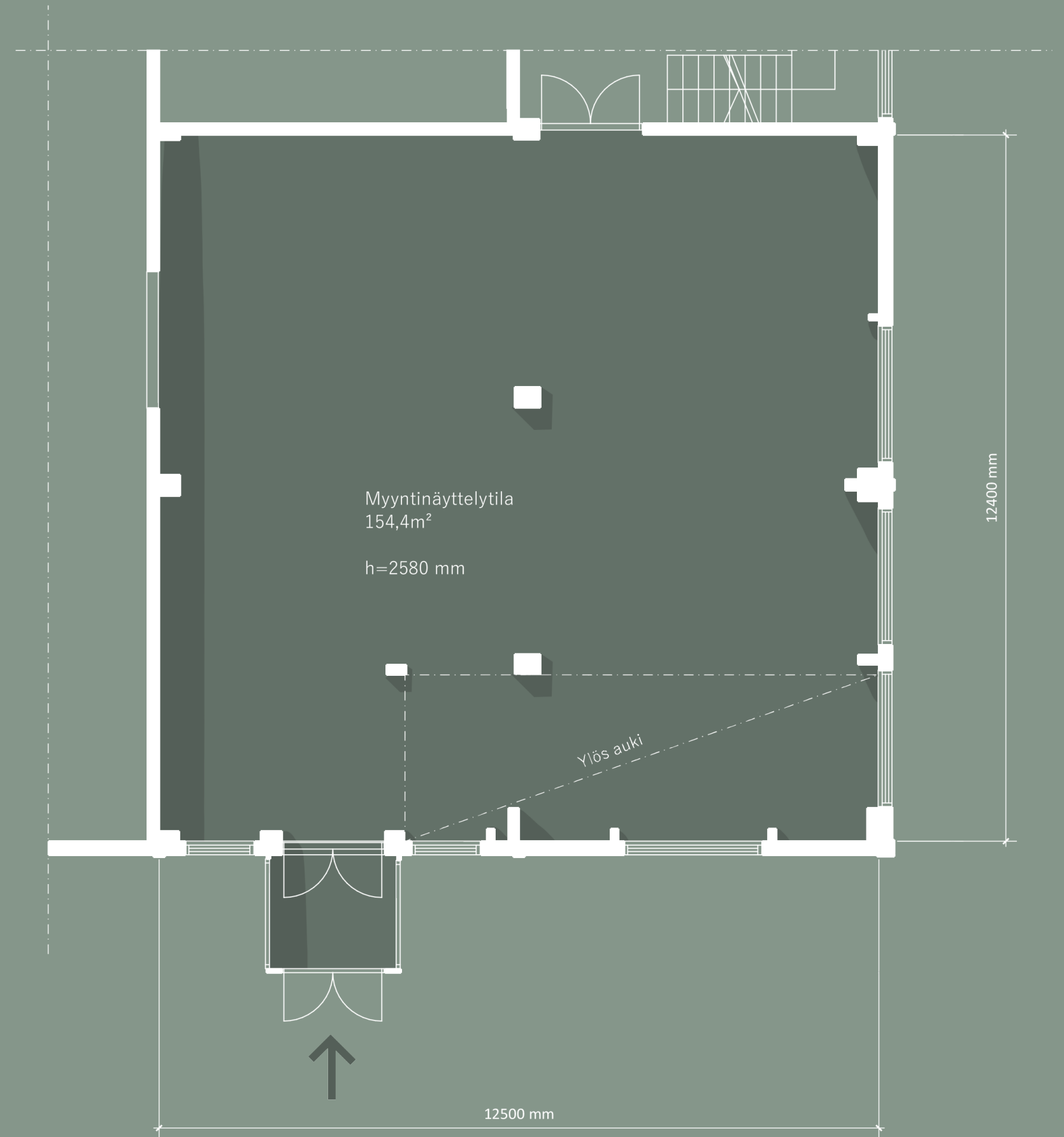
2.2 Tila

Myyntinäyttelytila sijaitsee rakennuksen ensimmäisessä kerroksessa ja on 154,4 m²:n kokoinen tila. Pääsisäänkäynniltä heti oikealla puolella on korkea tilaa ja koko seinän kattavat ikkunat. Toiset sisäänkäynnit ovat sosiaalitiloihin sekä höyläämölle, mutta kovan melun takia höyläämön sisäänkäynti on laitettu umpeen. Näyttelytilan yläpuolella on henkilökunnan keittiö ja taukotila.

Tilassa tulee työskentelemään yhdestä kahteen henkilöä, ja ihmisvirta on aukiolojen aikaan kohtuullista.



Kuva 1. Karavan tehdasrakennus



2.3 Asiakkaan tarpeet ja toiveet

Nykyiseen myyntinäyttelytilaan on tarkoitus tuoda tunnelmallista ja rauhallista ilmettä, jossa asiakkailla on pieni kynnys päästä koskemaan ja testaamaan tuotteita. Tunnelman ja monipuolisen tuotevalikoiman lisäksi tilaan tarvitaan työpisteet, suuria mallipaloja sekä palkintokaappi, jonne voi kerätä saatuja palkintoja/mainintoja sekä yhteistyökumppaneiden/sponsoreiden lahjoja.

“Tuotteet ovat näyttävästi ja arvokkaasti esillä tunnelmallisessa ympäristössä.” -Karava

Nykyiset seinäpaneelit haluttaisiin säästää ja toiveena on ettei lattiaan tai kattoon tehtäisi muutoksia ja toteutettavat tilaelementit ja näyttelyrakenteet olisi mahdollista hyötykäyttää ulkomaanmessuilla. Tarkempaa budjettia ei vielä alkuvaiheessa määritelty, koska monet rakenteet on mahdollista toteuttaa Karavan omista tuotteista. Projekti on tarkoitus saada valmiiksi keväällä 2023.

2.4 Tutkimuskysymykset

Millainen tilakokemus
jättää erottuvan
muistijäljen asiakkaisiin?

Millainen on näyttelytila, joka
palvelee hyvin niin asiakkaita
kuin työntekijöitä?

Huomioiden
asiakkaan toiveet ja
tarpeet

Millaisia kokemuksia
asiakkaat arvostavat tai
odottavat tulevaisuudessa?

Miten luoda moniaistillinen
tilakokemus ja sen hyödyt
tässä tilassa?

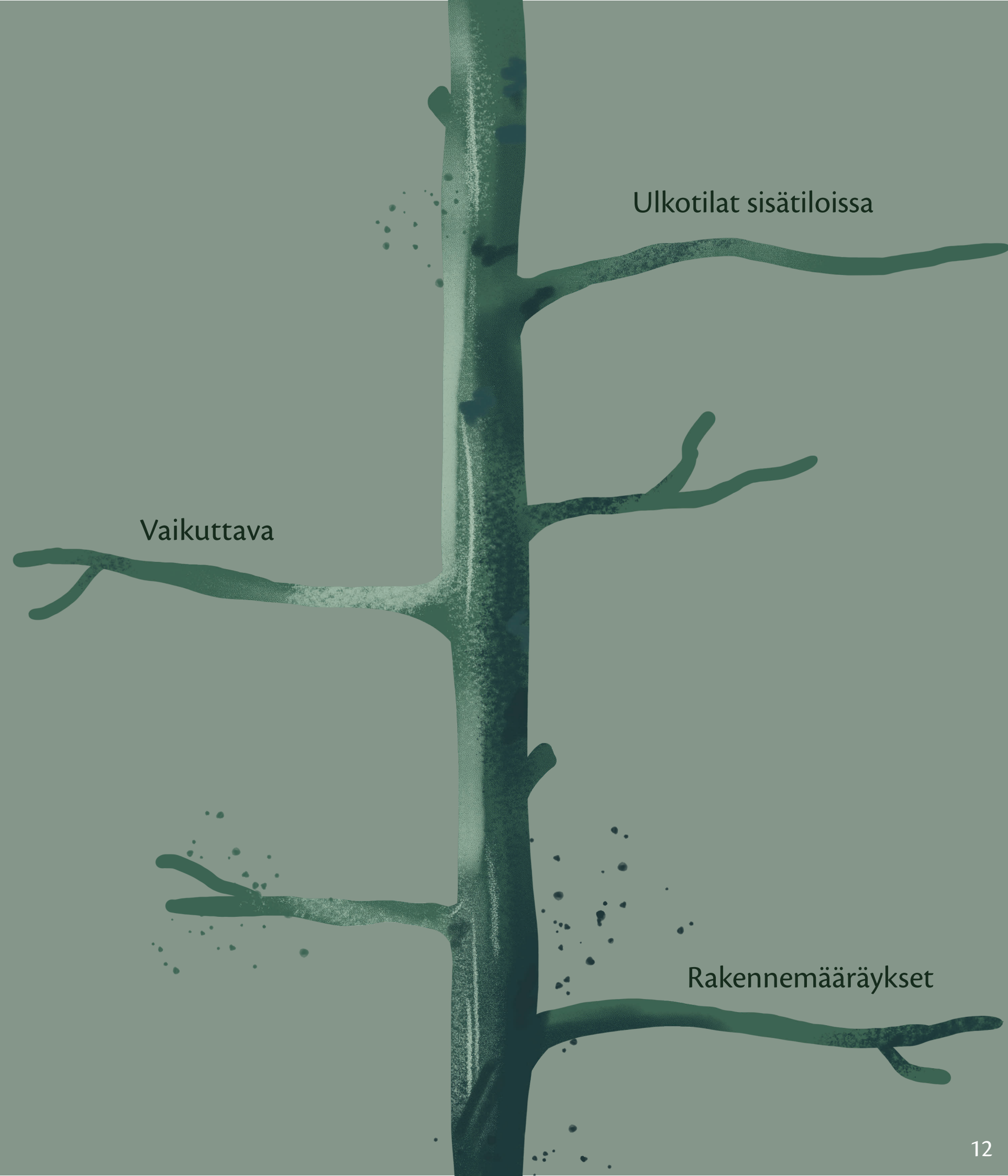
Uudenlainen tilakokemus Karavan
asiakkaille ja työntekijöille
tilasuunnittelun keinoin ja
positiivisen muistijäljen tavoittelu.

2.5 Haasteet ja määräykset

Haasteena työssä on löytää sopivat keinot esitellä ulkokäyttöön tarkoitettut tuotteet sisätiloissa antamatta niiden rajoittaa suunnittelua ja ratkaisuja. Tuotteiden esittely vaatii oikeanlaisen ympäristön, valaistuksen sekä sopivan pinta-alan. Esimerkiksi terassilautojen esittely olisi hyvä toteuttaa isoina pintoina, luonnonvalossa sekä niille luontaisessa ympäristössä.

Myyntinäyttelytilan tulee olla asiakkailleen monipuolinen elämys, mikä vaatii, että tuotteet on esitelty kiinnostavasti ja myyntiä edistävästi. Sen lisäksi, että tila tekee vaikutuksen asiakkaisiin, sen on ansaittava maineensa ammattilaisten suosiossa.

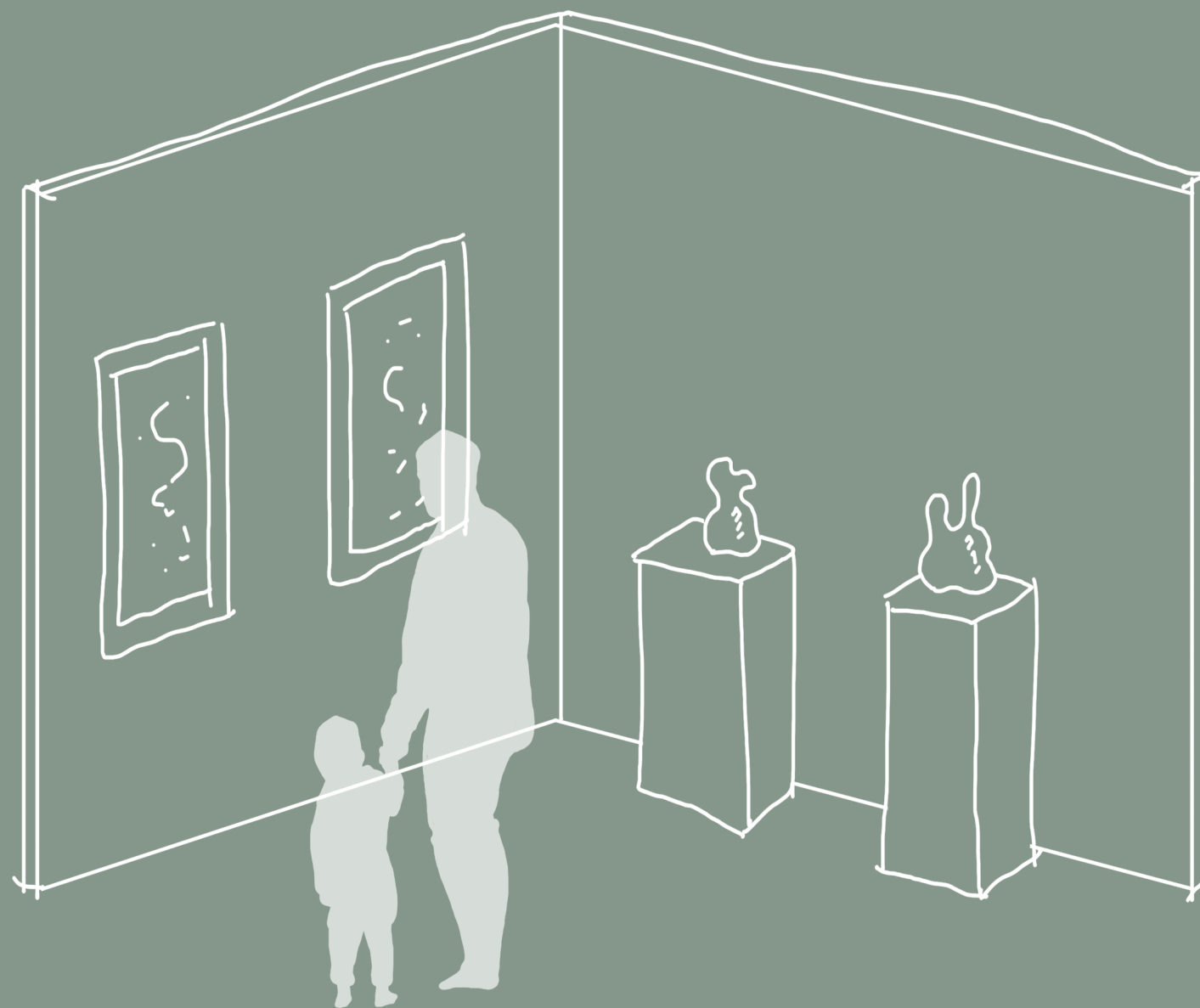
Suunnittelutyöhön vaikuttavat myös rakennusmääräykset. Tiloissa on päästävä kulkemaan ongelmitta, mikä tarkoittaa sopivaa mitoitusta ja esteettömyyttä. Tilojen yleismitoituksen lisäksi on huomioitava turvallisuus, siivoaminen sekä kalusteiden sopiva mitoitus ja sijoittelu. Tiloissa käytettävien materiaalien on oltava paloturvallisia ja helposti puhdistettavissa. Materiaalien ja värien avulla voidaan vaikuttaa viihtyvyyden lisäksi turvallisuuteen sekä esteettömyyteen. (Rakennustieto 2003, s 1-5.)



3

Taustatutkimus

- 3.1 Myyntinäyttelytila
- 3.2. Moniaistillinen tilakokemus
- 3.3 Etsimme kokemuksia
- 3.4 Tunnelma ja asiakastyytyväisyys
- 3.5. Käyttäjälähtöinen suunnittelu



3.1 Myyntinäyttelytila

Showroom eli (myynti)näyttelytila on tila, jossa asiakas pääsee näkemään tuotteet esillä, oppii tuntemaan tuotteet paremmin ja testailemaan erilaisia vaihtoehtoja. Usein näyttelytilassa on myös henkilökuntaa opastamassa ja kertomassa lisää tuotevalikoimasta. Normaaliin myymäläympäristöön verrattuna myyntinäyttelytilassa on yleensä vain yksittäiskappaleita esillä ja ostaminen tapahtuu tilauksen tai netin kautta. Asiakas ei silloin saa mitään kotiinvietävää, mikä luo haasteen. Tilan on oltava houkutteleva ja laadukas kokemus, jotta asiakkaat käyvät paikan päällä. Sen tarkoitus on luoda kokeilemiseen puoleensavetävä ympäristö ja täyttää asiakkaan odotukset sekä lupaukset uudella ja innovatiivisella tavalla. (Ewen 2017.)

Myyntinäyttelytiloja toteutetaan hyvin laajalla skaalalla. Yksinkertaisimmillaan tilaan tuodaan tuotevalikoima erilaisine sävy- ja kokovaihtoehtoineen. (Ewen 2017.) Näyttelytila voi myös olla yritykselle suuri investointi ja myynnillisesti hyvin tärkeä tila, joka näyttää organisaation ammattiosaamisen ja arvot monipuolisesti. (Laurila 2019, 15.)

Onnistuneessa suunnittelussa tilat ja sisäänkäynti ovat houkuttelevia jo ulkoapäin. Asiakkaat tuntevat itsensä tervetulleeksi ja turvallisiksi tilassa. Usein asiakkailla on jonkinlainen ongelma, jolle he etsivät ratkaisua käydessään myyntinäyttelytilassa. Ongelman ratkaisun lisäksi tilassa olemisen ja kanssakäymisen pitäisi olla helppoa, vaivatonta ja mieleenpainuvaa. Tässä auttaa moniaistillisuuden hyödyntäminen palvelun eri vaiheissa. (Laurila 2019, 16.)

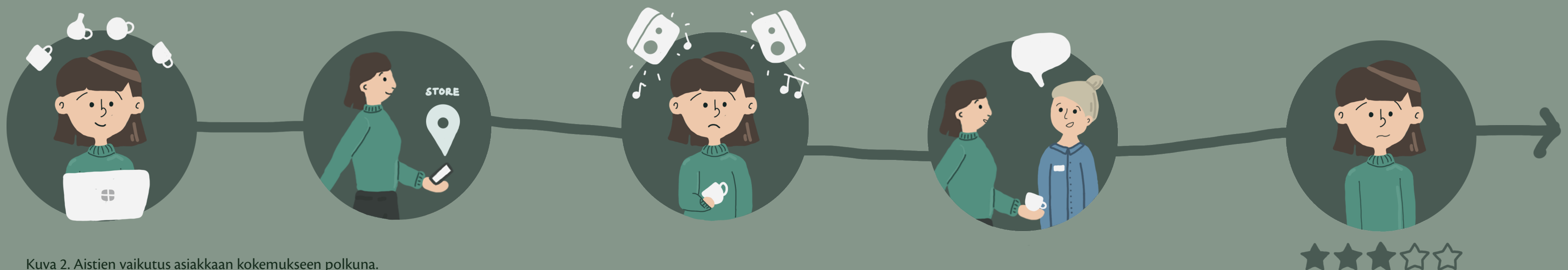
3.2 Moniaistillinen tilakokemus

Aistimme maailmaa näkemällä, kuuntelemalla, maistelemalla, haistelemalla ja tuntemalla ympäristöämme. Kaikki nämä aistit vaikuttavat, miten koemme tilat, kohtaamiset ja jokapäiväisen elämämme. Aistimme toimivat yhtäaikaaisesti, toisiinsa yhtyen, tietoisesti ja tiedostamatta ympärillämme. Aistimme erilaisissa tiloissa eri tavoin, ja usein sisätiloissa aistikokemukset saattavat jäädä kovin yksipuolisiksi. (Nousiainen, Lindroos & Heino 2014, 24.) On kuitenkin tutkittu, että mitä useamman aistin yritys saa heräteltyä, sitä paremmin ne jäävät mieleen (Markkanen 2008, 25).

Nykypäivänä visuaaliset keinot ovat isommassa roolissa arkkitehtuurissa kuin aiemmin (Nousiainen ym. 2014, 24). Tämä ei tule yllätyksenä, sillä näköaisti on tärkein tiedonsaannin kannalta ympäristöä havainnoidessa (Markkanen 2008, 25). Kuulo- ja hajuaisti tulevat vahvana kakkosena perässä, vaikkakin toimivat hyvin usein tiedostamatta taka-alalla. Silti kiinnitämme niihin vahvemmin huomiota niin hyvässä kuin pahassa verrattuna näköaistiin. Maku- ja hajuaisti huomioidaan harvemmin suunnittelussa. Niiden tuoma tieto ympäristöstä on verrattuna toisiin kovin pieni, mutta intiimein. (Nousiainen ym. 2014, 24.)

Hyvässä ja mieleen jäävässä suunnittelussa on huomioitu jokainen aisti tasa-arvoisesti. Moniaistillisessa tilasuunnittelussa pyritään vaikuttamaan asiakkaaseen aistiärsyksiä hyödyntäen. Aisteja kuormitettaessa sopivin määrin voidaan positiivisesti ohjata asiakasta oikeaan suuntaan. Niiden kumulatiivinen eli kasautuva yhteisvaikutus edistää asiakkaan hyvinvointia. Jo pienet yksityiskohdat auttavat asiakasta hahmottamaan tai tuntemaan paremmin esimerkiksi säädettävän valaistuksen tai äänimaiseman avulla. Samalla on huomioitava asiakkaan nykyinen ja tavoiteltava vireystila sekä annettava tilaa ajatuksille ja tekemiselle. (Rantanen 2016, 37).

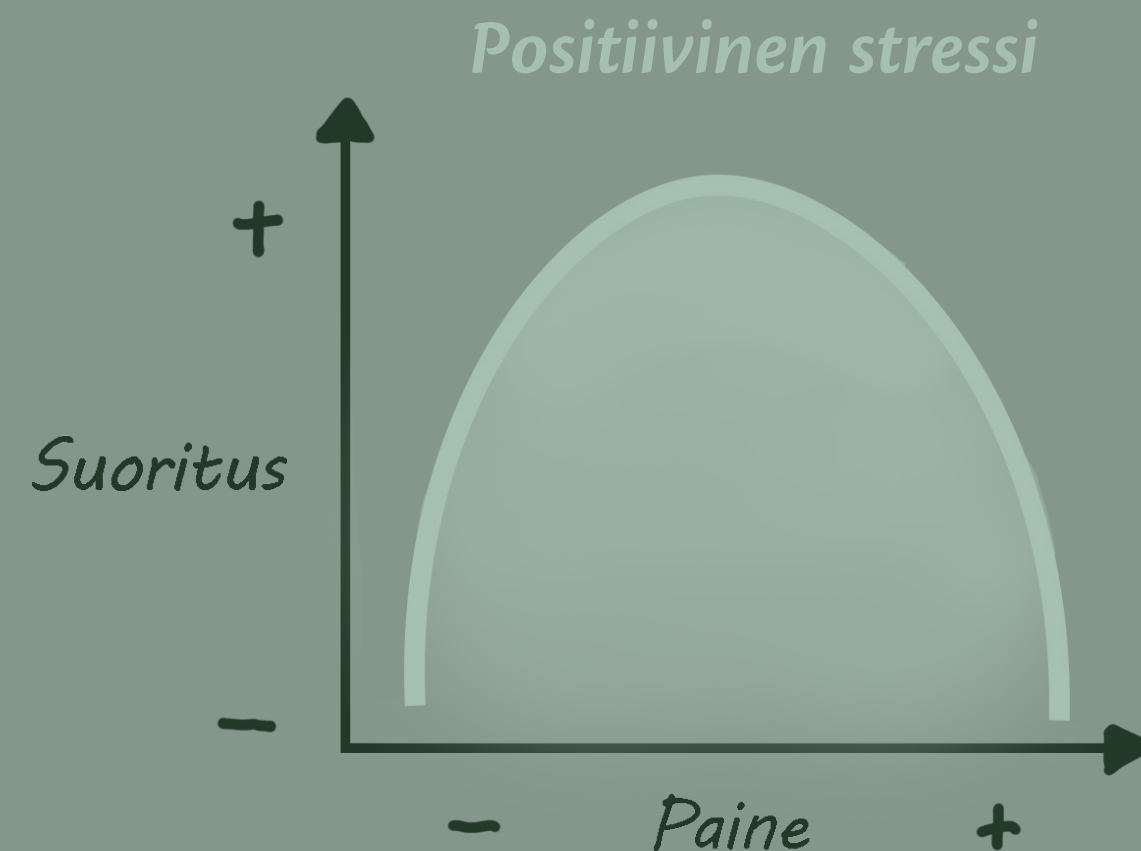
Aisteja stimuloidessa on oltava varovainen, sillä väärin käytettynä ne saattavat välittää väärää sanomaa. Yritykset ja heidän palvelunsa luovat useita kontaktipisteitä, mutta asiakkaalle koko tapahtumaketju näyttäytyy yhtenä kokemuksena. Näin, yksi tarpeeksi vahva ärsyke saattaa jäädä mieleen ja jättää negatiivisen kokemuksen. (Tuulaniemi 2016, 81.) Tätä havainnollistaa kuva 2.



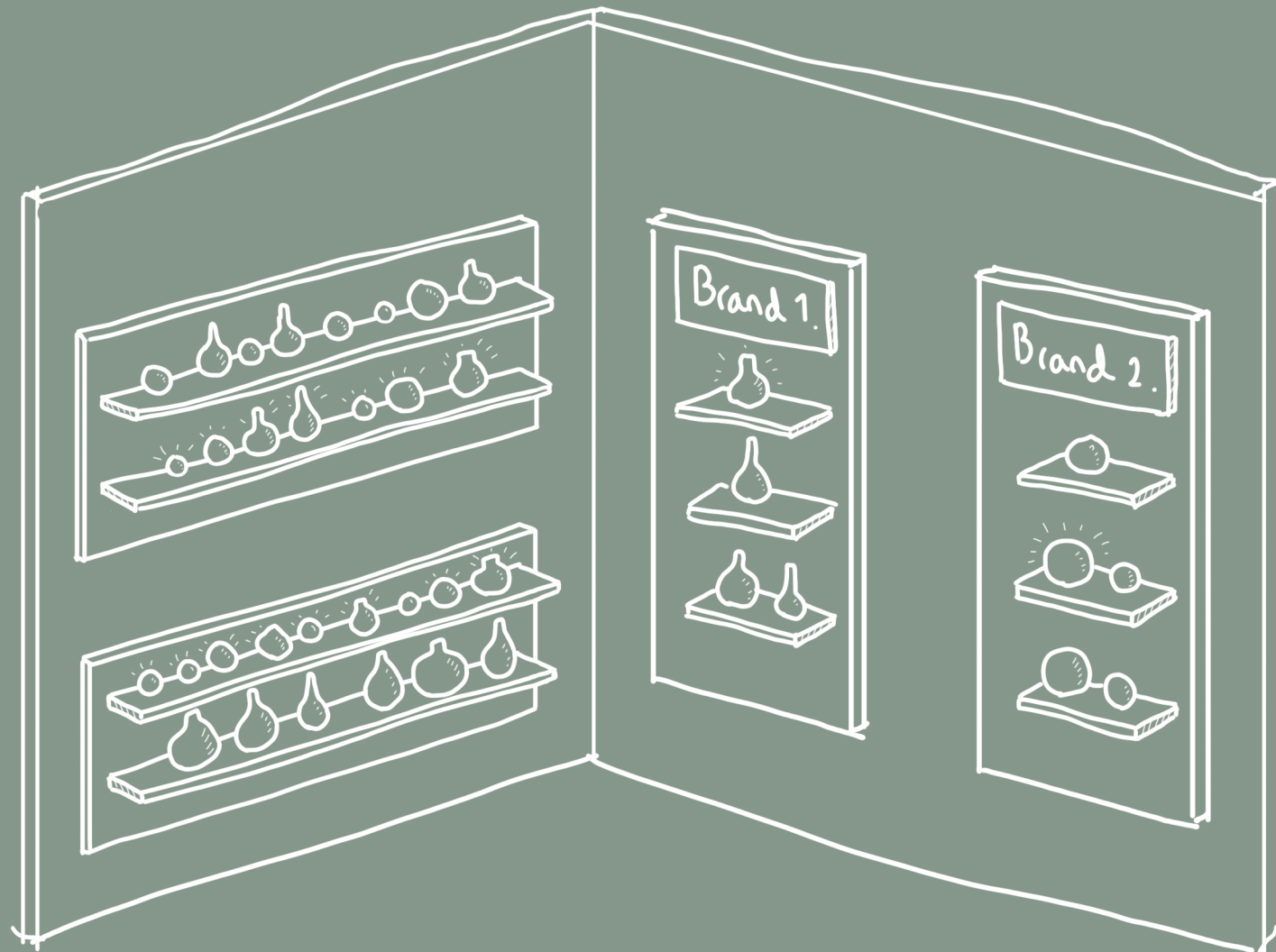
Positiivinen stressi

Optimaalinen kokemus saadaan sopivassa paineessa niin sanotusti positiivisessa stressissä, joka auttaa kiinnittämään huomion ja keskittymään. Tällöin tilanne on sopivan rento, mutta samanaikaisesti intensiivinen ja ajantaju katoaa. Samanlainen positiivinen stressi saattaa tulla vastaan hyvän kirjan tai musiikin yhteydessä, jolloin kaikki aistien osa-alueet ovat oikeassa paineessa ja ihmisellä on hyvä olla. (Rantanen 2016, 125–126.)

Tällaisen "flow-tilan" saavuttaminen on ideaali myös Karavan näyttelytilan takia. Tilaan tullaan enemmän tarkoituksella kuin poiketen sen sijainnin kannalta. Siksi on tärkeää, että tilassa käynti on kiinnostavaa ja mahdollistaa ajantajunnan kadottamisen.



Kuva 3.

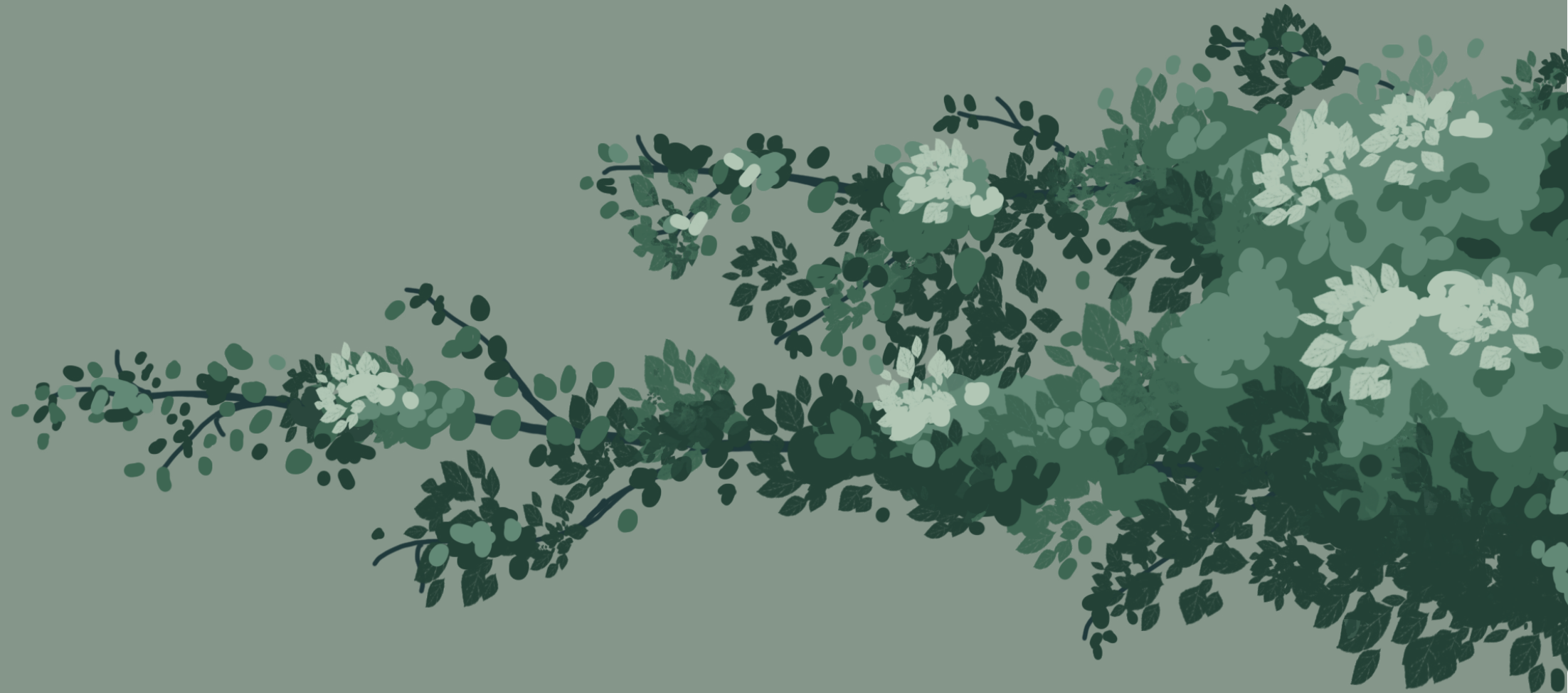


Näkeminen

Aisteista käytetyin, näkö, vaikuttaa suuresti kaikkeen kokemaamme. Toisten ihmisten, esineiden ja asioiden lisäksi näemme valoa, värejä, muotoja ja estetiikkaa. Valo vaikuttaa jokaiseen näistä ja luo erilaisia näkymiä. Yleisvalon lisäksi valolla saadaan aikaan kulkureittejä, vuorokaudentiloja, sävymuutoksia sekä yksityiskohtien korostusta esimerkiksi tuotteissa. Aistiystävällinen valo ei häikäise tai ärsytä, vaan auttaa tilassa kuin tilassa ja lisää hyvinvointia. Värit vaikuttavat meihin psykologisesti ja fysiologisesti. Jokainen näkee värit omalla tavallaan, ja ne ovat yleensä makuasioita. (Rantanen 2016, 158–159.) Yritykset voivat väreillä luoda ajatusyhteyksiä arvoihin ja identiteettiin sekä herätellä tunteita ja tunnelmaa. Asioiden esteettisyydestä päätämme sekunneissa, ja siksi on tärkeää herättää kiinnostus ja löytää tasapaino yksinkertaisen ja monimutkaisen muodon välillä. (Laurila 2019, 13.)

Näköaisti vaikuttaa suuresti näyttelytilan suunnitteluun. Yleisilmeen lisäksi haluan tarkemmin hyödyntää esillepanon vaihtelua materiaalikirjastossa sekä antaa kävijöille selkeän kuvan, millaiselle Karavan materiaalit näyttävät isona pintana esimerkiksi terasseissa.

Kuva 4. Aisteilla on vaikutus tuotteiden esillepanossa. Esimerkiksi horisontaalinen esillepano saa aikaan enemmän heräteostoksia, kun taas vertikaalinen esillepano esittelee paremmin eri merkit ja uutuudet.



Tunto

Saako koskea? Tunnelmaan ja kokemukseen vaikuttaa kaikki kosketeltava. Tuotteiden on hyvä olla hypisteltävissä ja tunnusteltavissa tai luoda ainakin aktivoiva ajatus – miltä tuo tuntuisi, jos koskisin sitä? Tuntoaistin herättelevät erilaiset materiaalit, muodot ja pinnat. Haptiset eli tuntoaistiin perustuvat havainnot ovat jokapäiväisiä, kuten kahvikupin nostaminen tai sosiaalisissa tilanteissa kätteleminen (Kern 2009, 5). Tuntoaisti aistitaan myös ergonomian kautta, joka on tärkeässä roolissa niin muotoilussa kuin hyvinvoinnissa. Osana ergonomiaa on myös sopiva lämpötila ja ilmanlaatu. (Rantanen 2016, 160–161.)

Karavan näyttelytilassa kannustetaan tuotteiden koskemiseen ja pinnan tuntemiseen niin suullisesti kuin houkuttelevalla esillepanolla. Materiaalit ovat esillä niin, että niiden koskeminen, testaaminen ja yhdisteleminen on vaivatonta.

Haju, maku ja kuulo

Onnistunut moniaistillinen tilakokemus ja markkinointi selkeyttää asiakkaalle yrityksen identiteettiä ja arvoja. Se myös pitkällä tähtäimellä parantaa brändin tunnistettavuutta ja vahvistaa toivottua yrityskuvaa. (Laurila 2019, 14.)

Kuten muillakin aistiärsykkeillä haju-, maku- ja kuuloaistilla on hyvät ja huonot puolensa, jotka on hyvä tiedostaa suunnittelussa. Karavan suunnitelmassa puuntuoksu tulee vahvasti esille tuotteiden kautta. Makua saadaan pienillä virvokkeilla, ja äänimaailma on tarkoitus pitää tunnelmallisena hyvällä akustiikalla.



3.3 Etsimme kokemuksia

Elämme tällä hetkellä ja olemme vuosikymmenten ajan eläneet yltäkylläisessä maailmassa, jossa omistamme tavaraa enemmän kuin tarpeeksi, ja näin ollen tavarantoimittajien omistaminen on menettänyt merkitystään. Samalla tuhlaamme resursseja niin energian kuin materiaalien suhteen.

Odotamme ja vaadimme kuitenkin aina vain enemmän, ja hyvänä puolena tässä on sen tuoma muutos. Tavaroiden omistamisen tärkeys on jäänyt taka-alalle, kun etsimme muita kokemuksia ja iloa tuovia ratkaisuja. Nämä ratkaisut esiintyvät yleensä palveluina ja niiden tuomina kokemuksina. (Tuulaniemi 2016, 15–17.)

Palveluista on nopeasti tullut välttämättömyys, ja vaadimme niiden kautta kokonaisvaltaisia, elämää helpottavia ratkaisuja. Yrityksille tämä tarkoittaa muutosta vanhoihin käytäntöihin, mutta myös valttikorttia niille, jotka sen taitavat. (Tuulaniemi 2016, 18–19.)

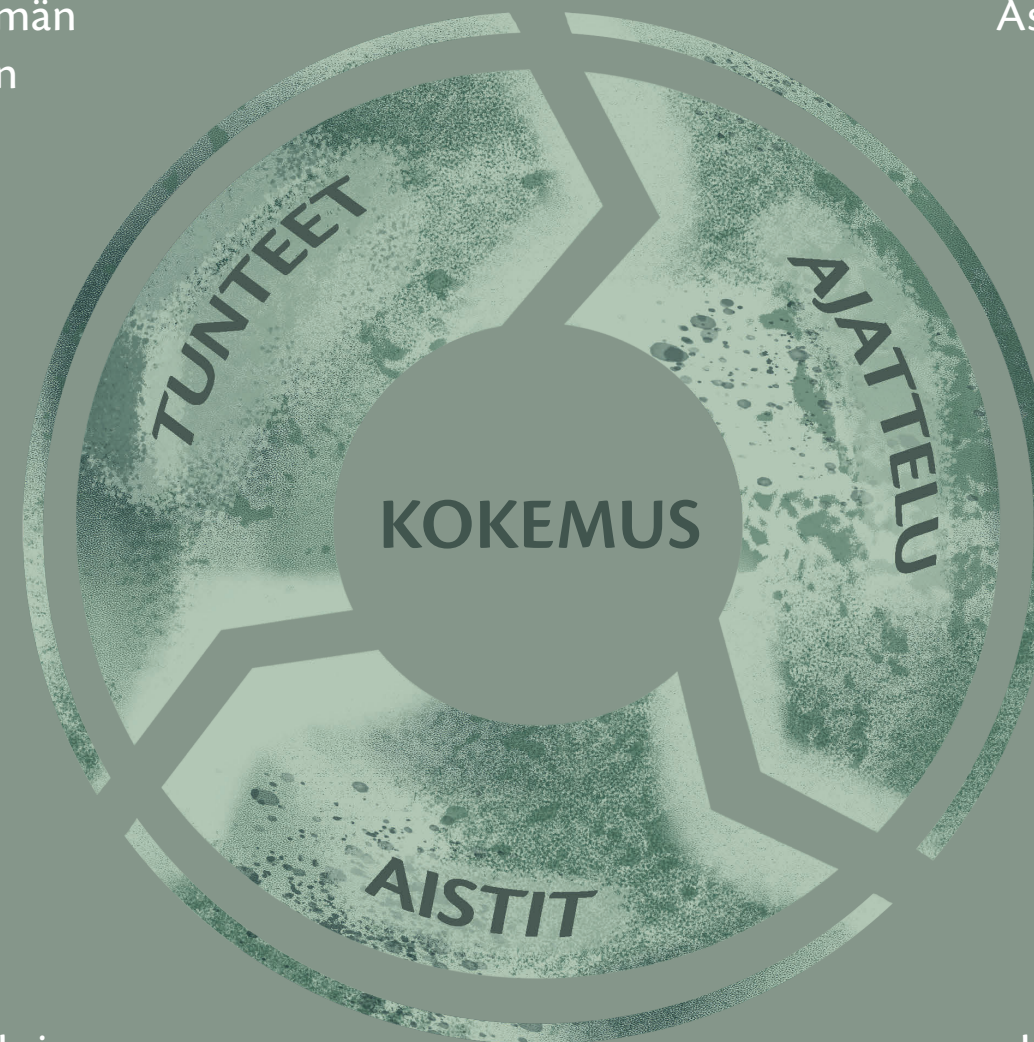
Vaadimme yrityksiltä kaikenkattavia, aistia hiveleviä kokemuksia yleensä sitä tiedostamatta. Aistien avulla tunnemme ja vaikutumme ja sitä kautta puhumme kokemuksistamme, palaamme niihin hetkiin takaisin ja suosittelemme asiaa muille. Nämä tuntemukset ja kokemukset vaikuttavat yrityksen ilmeeseen ja maineeseen. Tavaroiden jäädessä toissijaisiksi ei edes tuotteiden tai palveluiden hyvä hinta riitä kovassa kilpailussa, vaan yritykset tulevat kilpailemaan tunnelmasta. (Laurila 2019, 12.)

3.4 Tunnelma

Tunnelma syntyy, kun olemme vuorovaikutuksessa elämän kanssa jokaisessa kohtaamisessa, ja jokainen kokee sen omalla tavallaan. Tunnelmaa voisi ajatella yhtenä osa-alueena kokemuksessa. Se syntyy ajattelusta, aisteista ja tunteista. Senpä takia tunnelmamuotoilu on tärkeä ottaa huomioon suunnittelussa, sillä se on osa kokemusta ja sitä tukee moniaistillisuus. Tunnelmaan vaikuttavat kaikki ympärillä olevat aistiärsykkeet, kehon ja mielen yhteistoiminta, aiemmat kokemukset ja geeniperimä. (Rantanen 2016, 123–124.)

Tunnemarkkinointi on oma lajinsa, joka huolehtii asiakkaan tunteista. Oletus on, että asiakkaalle etsitään hyvänolon tunnetta, joka saa heidät ihastumaan tuotteeseen ja yritykseen. (Markkanen 2008, 25–26.)

Luomalla tunnelmallisen näyttelytilan haluan herätellä asiakkaan tunteita ja antaa tilaa mielikuvitukselle. Esimerkiksi näyttämällä isoina malleina terassivaihtoehtoja asiakas pystyy helpommin kuvittelemaan oman terassin kalusteineen.



Asiakastyytyväisyys

Asiakastyytyväisyys on jokaisen yrityksen tavoitteena, ja näin ollen iloinen asiakas kuluttaa enemmän, suosittelee yritystä eteenpäin ja tulee käymään uudelleen. Positiivinen asiakaskokemus ei kuitenkaan ole itsestäänselvyys ja vaatii yritykseltä paljon. Siihen panostaminen on kuitenkin kannattavaa, sillä hyvän asiakaskokemuksen tuottavat yritykset luovat pidempiä asiakassuhteita ja tyytyväiset asiakkaat ovat vähemmän hintaherkkiä. (Laurila 2019, 12.)

Aina ostopäätös ei ole järkipерäinen tai saattaa muuttua matkan aikana. Ostopäätöksen tekoon ja myynnin lisäämiseen voidaan vaikuttaa tilallisin keinoin.

Näyttelytilan on tarkoitus edistää asiakastyytyväisyyttä, jota tavoitellaan suunnittelemalla tila, jossa jokainen tuntee itsensä tervetulleeksi ja tuotteiden esillepanossa löytyy ratkaisuja jokaiselle. Tuotteita on tarkoitus esitellä yllättävillä tavoilla, jotka herättävät mielenkiinnon sekä mielikuvituksen niin ammattilaisten kuin tavan tallaajien keskuudessa.



3.5 Käyttäjälähtöinen suunnittelu

Ihminen on muotoilussa yleensä kaiken keskipisteenä. Jotta voimme muotoilla ihmiselle ja ihmisen ympärille, tarvitsemme aitoa ymmärrystä kohdehenkilöstä tai -ryhmästä. Jokainen meistä on asiakas - toki omilla toiveilla ja tarpeilla. Siksi tarvitsemme erilaisia työkaluja, jotta voimme hypätä asiakkaiden saappaisiin ja ymmärtää ja kokea asiat heidän näkökulmista. Karava on ollut projektin aikana mukana suunnittelussa, kommentoimassa välivaiheita ja kertomassa toiveita haastattelujen kautta.

Käyttäjälähtöisessä suunnittelussa ajatusmallina on osallistaa jokainen palvelun käyttäjä, asiakkaat ja asiantuntijat mukaan suunnitteluprosessiin. Muotoilijan on kuitenkin ymmärrettävä kaikkia osapuolia, jolloin käyttäjäkeskeinen lähestymistapa tarjoaa yhteisen kielen - palvelunkäyttäjän kielen. (Shneider & Stickdorn 2011, 13–14.)

Yhteisen kielen löydyttyä on siirryttävä pohtimisen kautta ymmärrykseen. Asiakasymmärrys tarkoittaa yksinkertaisuudessaan asiakkaan arvomuodostuksen ymmärtämistä. On ymmärrettävä, mistä elementeistä arvo rakentuu asiakkaalle. (Tuulaniemi 2016, 71.)

Suunnittelemalla kaikille emme oikein suunnittele kenellekkään. Tilastoja tuijottamalla saamme vain pintaraapaisun siitä, mitä haluamme kokea. Vaadimme yksilöllisen asiakaskokemuksen, jotta se tekisi meihin vaikutuksen. Käyttämällä käyttäjälähtöistä muotoilua voimme suunnitella tarkan polun asiakkaalle, mutta emme voi olla varmoja, miten erilaiset ihmiset kokevat ja kulkevat polun. (Rantanen 2016, 13–14.)

Karavan tilan käyttäjät

Myyntinäyttelytilaa käyttävät eniten kolme pääryhmää, jotka on otettu huomioon suunnittelussa.

- 1. Karavan työntekijät:** Tilassa tulee työskentelemään täysiaikaisesti yhdestä kahteen henkilöä ja silloin tällöin kolme henkilöä. He tarvitsevat hyvät työpisteet, joissa ergonomia on kohdillaan, asiakkaisiin ja kuljetusyhtiöiden kuskeihin on helppo saada yhteys ja tuotteiden esittely on vaivatonta.
- 2. Yritysasiakkaat ja vienti:** Karavan asiakkaisiin kuuluu paljon yritysasiakkaita, kuten suunnittelijoita ja arkkitehtejä. Heidän lisäksi tilassa vierailevat vientiasiakkaat ja muut kotimaiset yritykset. Tila vaatii wow-efektin, joka yllättää kokeneimmatkin katsojat ja mahdollistaa tapahtumien, kuten palaverien pidon.
- 3. Yksityisasiakkaat:** Karavan näyttelytiloissa vierailevat myös yksityisasiakkaat, joille konkreettiset esimerkit mahdollisten rakennusohjeiden kanssa ovat tärkeitä. Tilassa liikkuminen on tapahduttava ongelmitta, ja tilan on oltava tarpeeksi selkeä yksin kierrettäväksi.



Hyöty Karavalle

Karava on pienestä perheyrityksestä kasvanut suureksi ja tunnetuksi toimijaksi. Kehitys tuo tullessaan laajemmat asiakasmäärät sekä tuotevalikoiman, mikä näkyy nyt tarpeessa uudistaa heidän myyntinäyttelytilansa. Usein muutokset ovat suuria investointeja yrityksille, ja siksi on hyvä kartoittaa, mitä uudelta tilalta toivotaan, tarvitaan ja vaaditaan. Jotteivät investoinnit ole kestäättömiä, lyhytikäisiä ja tuloksettomia, on luotava kilpailukykyä nostattavia ratkaisuja, jotka eivät ole ilmeisiä (Brown 2015).

Räätälöidyllä tilasuunnitelmalla on Karavalle hyötyä taloudellisesti, sosiaalisesti ja ekologisesti. Suunnittelulla saadaan mahdollisimman laaja vaikutus tilakokemukseen niin asiakkaille kuin tilassa työskenteleville selvittämällä, mikä nykyisessä tilassa toimii ja mikä vaatii kunnostusta. Muotoilun hyödyntäminen antaa Karavalle järkeviä ratkaisuja ja oikeanlainen lähestymistapa mahdollistaa saavuttamaan ratkaisuja, jotka ovat pitkäikäisiä, kustannustehokkaita sekä parhaimmillaan vaikuttavat positiivisesti hyvinvointiin.

Myyntinäyttelytilan esteettisen ilmeen

lisäksi Karavan kannattaa pelata omilla vahvuuksillaan. Nämä ovat monipuolinen valikoima, sen hyödyntäminen ja taitava osaaminen puuntyöstössä. Erikoisten ratkaisujen esilletuonti ja asiakkaiden toiveiden ylittäminen on Karavalle kilpailuetu, jonka on tarkoitus päästä oikeuksiinsa näyttelytilassa.

Ottamalla suunnitteluun mukaan ja kuuntelemalla tilassa työskenteleviä on mahdollista päästä toimivan suunnitelman lisäksi odottamattomaan loppuratkaisuun. Käyttäjälähtöisen suunnittelun ja moniaistillisuuden kanssa tilasuunnitelma saa lisäpotkua, ja siten suunnitelma saadaan kohdennettua juuri Karavan näköiseksi ja heitä parhaiten palvelevaksi.

+Myyntiä edistävä

+Markkinointia edustava

+Muista erottuva



4

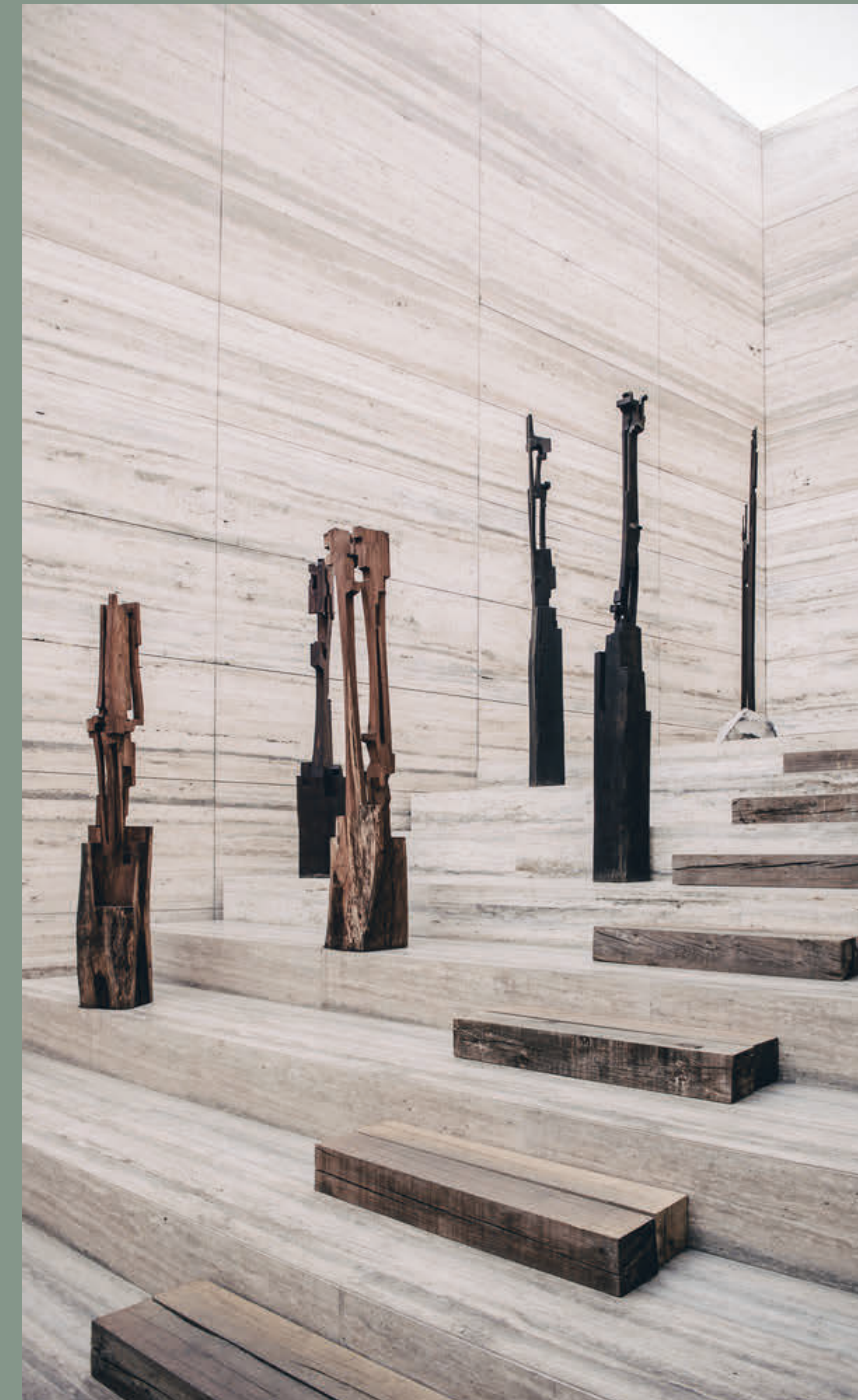
Vertailuanalyysi

- 4.1. Grupo Arca's showroom
- 4.2. Sculptform Design Studio / Woods Bagot
- 4.3. Ariostea showroom

Vertailuanalyysia varten en onnistunut löytämään vastaavanlaista myyntinäyttelytilaa, joka esittelisi pääasiallisesti ulkopuutavaraa. Valitsin siksi kolme materiaalinäyttelytilaa, jotka toimivat inspiraation lähteenä, mutta ovat käyttötarkoitukseltaan ja kokoluokaltaan toista.

4.1 Grupo Arca showroom

Esrawe Studion suunnittelema Grupo Arcan myyntinäyttelytila on näyttävä esimerkki Meksikossa, miten koko rakennus toimii heidän kivit tuotteiden näyttelytilana. Noin 5700 m²:n kokoinen rakennus on jaettu kahteen osaan, joista toinen puoli toimii taide- ja oppimistiloina ja toinen puoli varastona Grupo Arcan kokoelmalle. Rakennuksen tarkoitus on mennä materiaali edellä ja sitä muovaten löytää uusia elementtejä. Suuret tilat on hyödynnetty järkevästi ja materiaalille on annettu ihanasti tilaa. Näyttelytilan elementit ovat yksinkertaisia, ja kohteessa kiehtovat erityisesti sen vinot kulmat ja syvennykset. Koko rakennus toimii tuotteiden esillepanossa eräänlaisena monumenttina.



Kuva 5. Grupo Arca showroomin portaikko



Kuva 6. Grupo Arca showroomin julkisivua

4.2 Sculptform Design Studio / Woods Bagot

Australiassa sijaitseva Woods Bagotin suunnittelema ”työtila-showroom” on upea kohde, jossa puumateriaali on hyödynnetty kauttaaltaan. Pääsääntöisesti yhdestä materiaalista luodut tilat ovat veistosmaisia ja näyttävät miten pitkälle puuta voidaan työstää. 540 m²:n tila hyödyntää orgaanisia muotoja ja kaikkia suuria pintoja puun esittelyssä. Kiinteät elementit toimivat näyttelyn esiteltävinä tuotteina ja houkuttelevat koskemaan puuta. Näyttelyn lisäksi tiloissa on mahdollista työskennellä, kokoontua ja järjestää tapahtumia.



Kuva 7. Woods Bagotin aula



Kuva 8. Woods Bagotin työpiste

4.3 Ariostea showroom

Marco Porpora Architeti -toimiston suunnittelema Ariostea showroom Italiassa on upea ja hyvin näyttävä näyttelytila. Tilat ovat valtavat ja leviävät myös ulkotiloihin ja lähellä oleviin rakennuksiin. Hyvin arkkitehtoninen ja itsessään yksinkertainen toteutus on onnistunut ja vie kävijän tunnelmasta toiseen. Suunnittelussa on keskitytty yllätettävyyteen ja vahvaan visuaaliseen ilmeeseen. Vaikka materiaali ja muodot ovat samoja, tiloihin tulee vaihtelevuutta erilaisten sävyjen ja kontrastien vaihtelussa. Esillepanossa on keskitytty isoihin pintoihin, detaljeihin ja äänimaailman vaihteluun.

Kuva 9. Takka tila



Kuva 10. Näyttelytila sisältä

5

Suunnitteluprosessi

- 5.1. Konseptointi
- 5.2. Tilan luonnostelu
- 5.3 Tilassa kulkeminen
- 5.4. Materiaalit ja värit
- 5.5. Suunnittelu alueittain

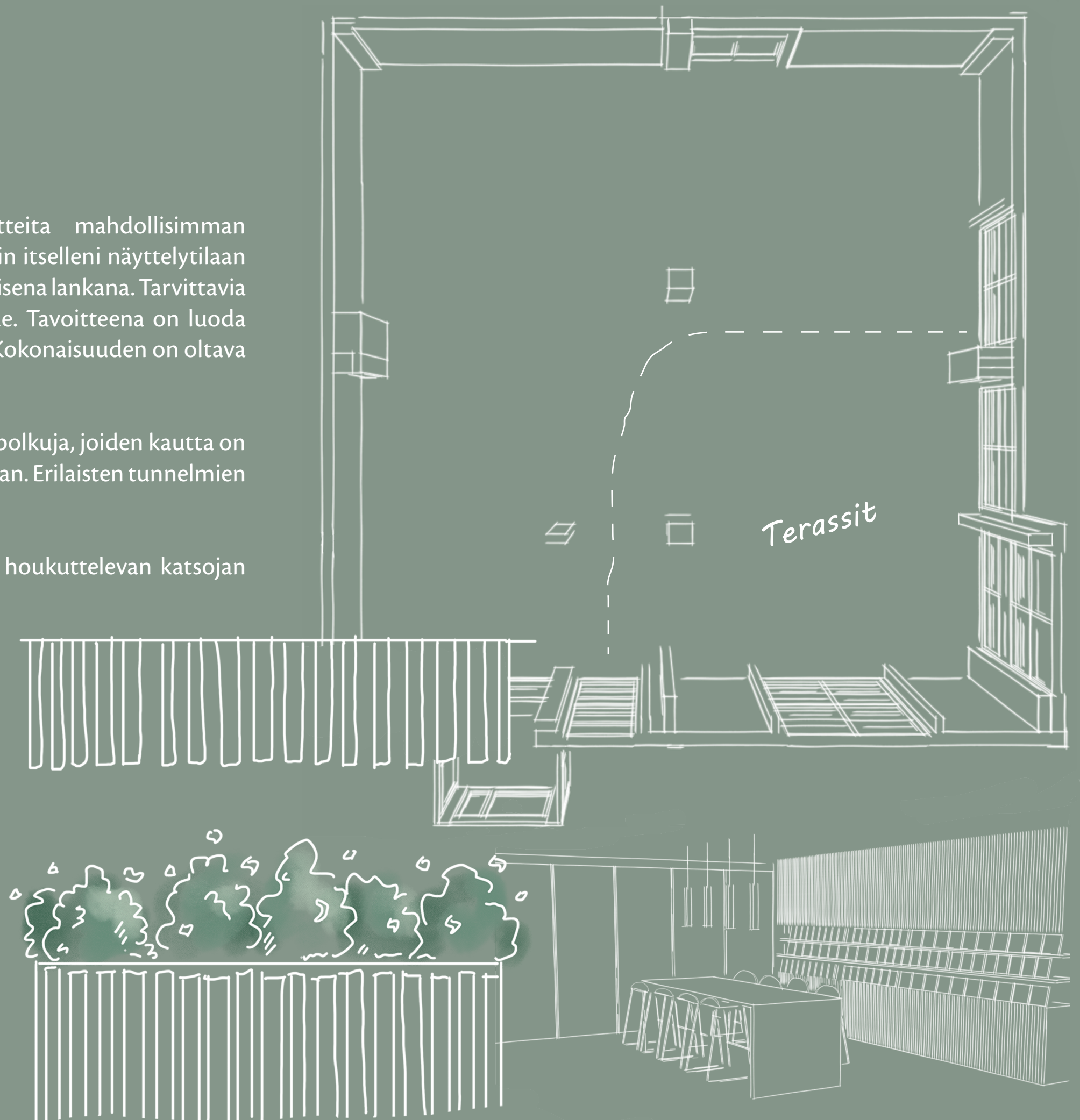
5.1 Konseptointi

Suunnittelun keskeisenä lähtökohtana on esitellä puutuotteita mahdollisimman monipuolisesti antamatta sisätilojen rajoittaa esillepanossa. Listasin itselleni näyttelytilaan liittyvät toiminnot ja tavoitteet, jotka toimivat suunnittelussa punaisena lankana. Tarvittavia toimintoja ovat mm. työpisteet, materiaalikirjasto sekä terassialue. Tavoitteena on luoda erilaisia tiloja ja tunnelmia, konkreettisia ja yllättäviä elementtejä. Kokonaisuuden on oltava eheä, inspiroitava asiakkaita ja yllätettävä tilassa kävijät.

Yllättävyyden kannalta halusin luoda näyttelytilaan "ikkunoita" ja polkuja, joiden kautta on mahdollista nähdä jotain uutta tai viedä katsojan toiseen tunnelmaan. Erilaisten tunnelmien luomiseksi hyödynnän valaistusta, sävyjä ja materiaaleja.

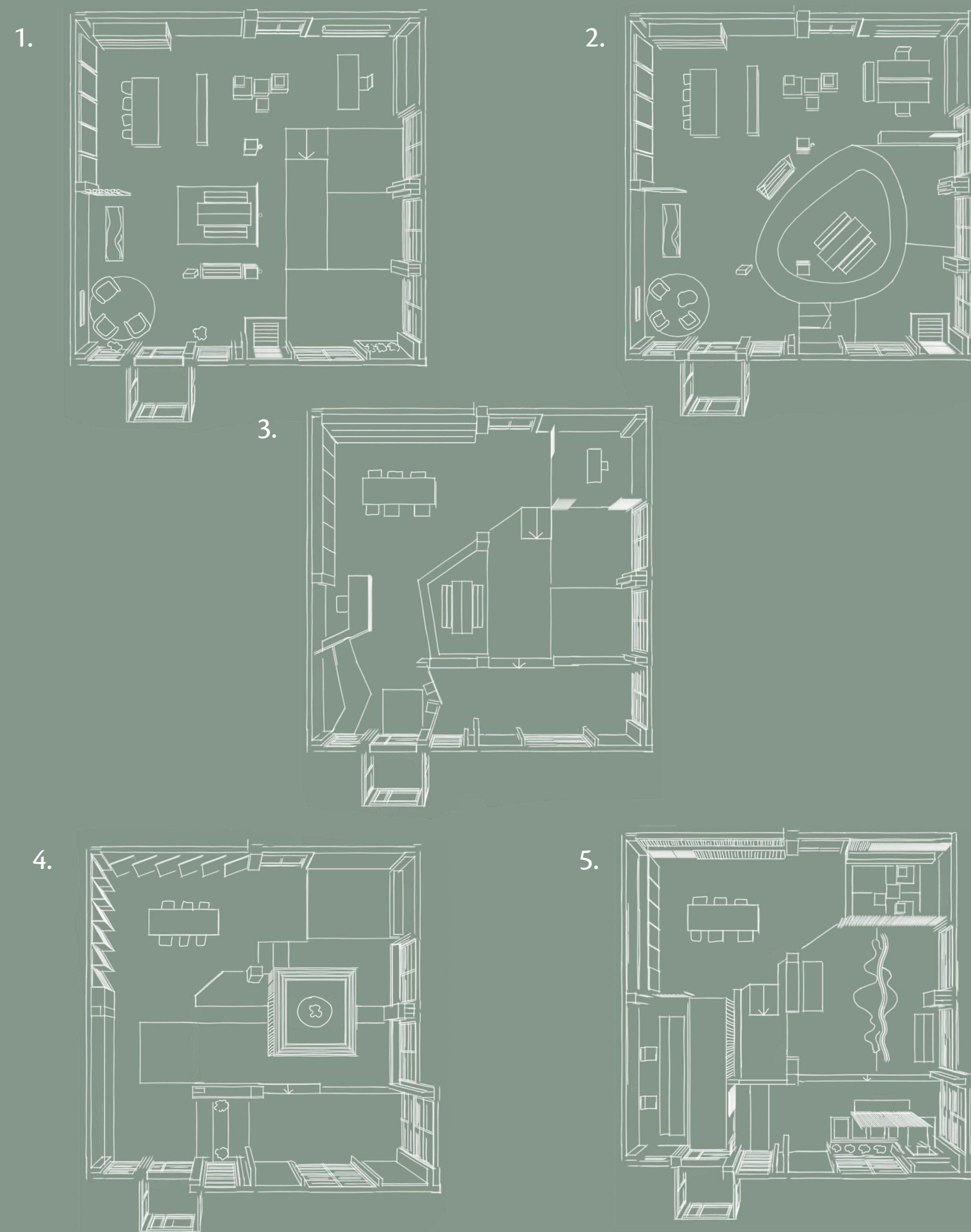
Visuaalisesti kiinnostavan näyttelytilan lisäksi haluan esillepanon houkuttelevan katsojan tutkimaan ja koskemaan tuotteita. Hyödyntämällä isoja pintoja ja muotoja tuon tilaan kiinnostavuutta, joka antaa myös mahdollisuuden hahmottaa tuotteiden käytön. Esimerkiksi terassilautoja on monenlaisia ja monenlevyisiä, joiden muodon hahmottaminen yhdestä pienestä mallipalasta ei ole mahdollista ja vaatii suuremman pinta-alan.

Alkuvalmistelujen pohjalta lähdin suunnittelussa liikkeelle jakamalla tilaa pienempiin osiin. Jaoin näyttelytilaa neljään pääalueeseen: sisäänvalo, materiaalikirjasto, messualue ja tuote-esittely-/terassialue. Terassialueen paikka sijoittui hyvin nopeasti isojen ikkunoiden eteen, joka antaa yhteyden ulos ja maksimoi luonnonvalon määrän



5.2 Tilan luonnostelu

1. Lähdin liikkeelle listaamalla mitä kaikkea näyttelytilaan halutaan, ja mitä kaikkea Karavan tuotteista olisi mahdollista toteuttaa. Tila jakautui hyvin pieniin osiin ja pohjaratkaisusta tuli hyvin yleinen ja avara. Ripotellusti asetetut tuotteet tekivät tilasta liian rikkonaisen ja yleisilme jäi tylsäksi.
2. Ensimmäisen pohjan ongelmien huomattua, lähdin suunnittelussa enemmän orgaanisiin muotoihin ja toin tilaan enemmän tasoeroja. Terrassialue jäi kuitenkin vielä kovin pieneksi, tasoerot aiheuttivat ongelmia esteettömyydessä sekä alueet jäivät vielä liian irrallisiksi toisistaan.
3. Seuraavassa versiossa yritin luoda tilaan yhtenäisempää ilmettä eri alueiden välille toteuttamalla suurempia yhtenäisiä elementtejä. Halusin myös rajoittaa tilan avaruutta muuttamalla sisääntuloa. Ongelmaksi kuitenkin muodostui työpisteiden sijoittelu: työntekijöillä ei ollut näköyhteyttä sisääntuloon, jolloin asiakkaiden tai kuskien huomioiminen oli hankalaa.
4. Aloitin suunnittelun uudestaan ja yritin päästä pois perinteisen myyntinäyttelytilan pohjasta. Isojen elementtien ja kontrastierojen kanssa halusin luoda yhtenäisen ilmeen ja lisätä tiladramatiikkaa. Isojen elementtien rikkominen, ikkunoiden luominen ja kulmien muokkaaminen antoi tilalle enemmän mahdollisuuksia ja polkuja. Pohjasta ei kuitenkaan löytynyt enää paikkaa työpisteille.
5. Valittu tilaohjelma: Pidin mielessä aikaisempien luonnoksien tavoitteet ja ongelmat. Sisääntulo on suljetumpi ja työpisteet on sijoitettu heti etuoven yhteyteen. Materiaalikirjastossa on hyödynnetty vertikaalia ja horisontaalia esillepanoa sekä isoja pintoja. Pidin mielessä puuarkkitehtuurin toteuttamisen pienemmässä mittakaavassa sekä eri korkeuksien hyödyntämisen. Lopullisessa suunnitelmassa on huomioitava, ettei tilaan tule liikaa erilaisia elementtejä.



5.3 Tilassa kulkeminen

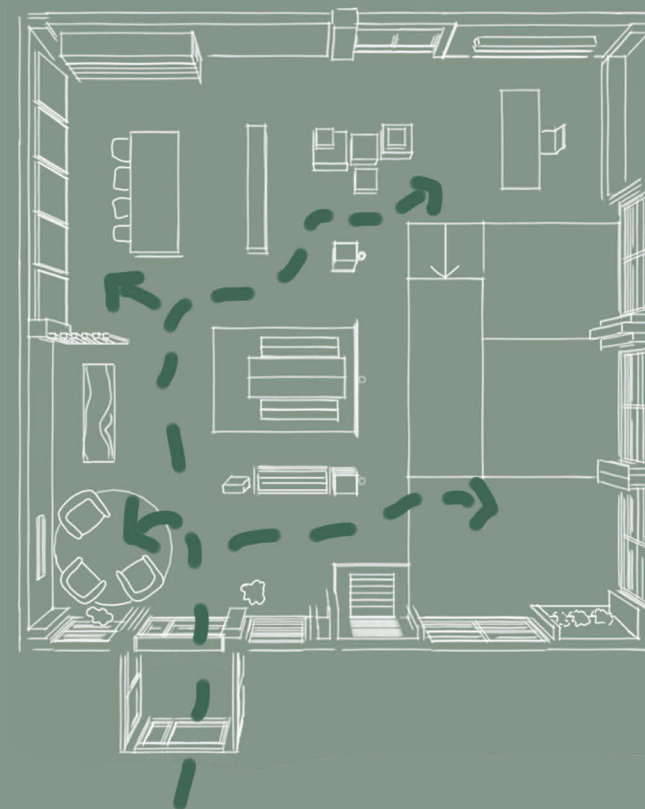
Tilassa on useita käyttäjäryhmiä ja jokaisella on hieman erilaiset kiinnostuksen kohteet. Siksi on tärkeää, että myyntinäyttelytilasta löytyy erilaisia alueita erilaisille käyttäjille. Useiden tunnelmien lisäksi haluan tilasta löytyvän erilaisia ympäristöjä hyödyntämällä kontrastieroja.

Jokaisella on oma tapansa tutustua uuteen ympäristöön ja kuinka kulkea uudessa tilassa. Halusin tuoda näyttelytilaan erilaisia kulkureittejä, jolloin tilassa kulkeminen on jokaisen päätettävissä eikä yhtä ja oikeaa tapaa ole. Erilaisten polkujen avulla tilakokemus on jokaiselle henkilökohtaisempi ja tila on kierrettävissä myös omatoimisesti.

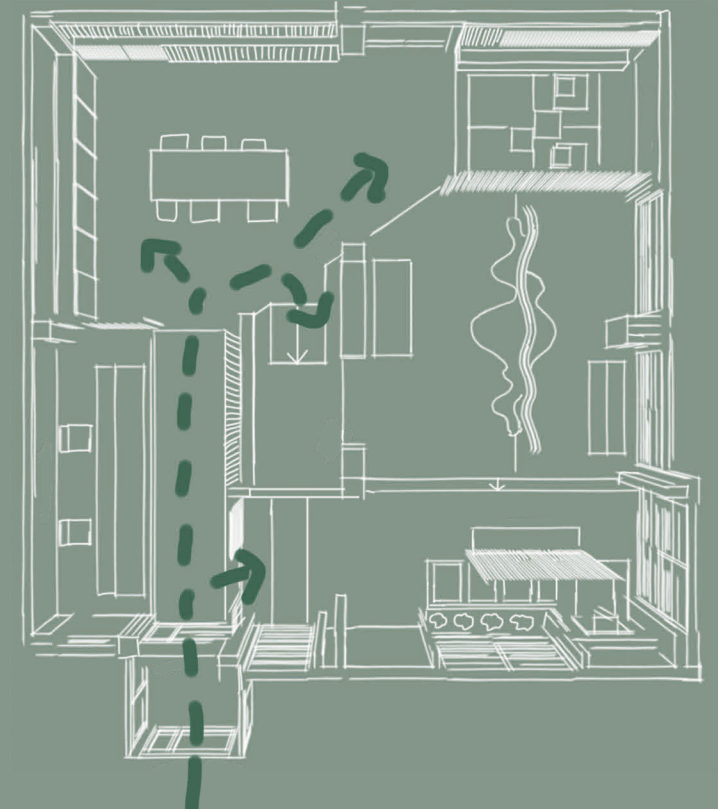


1. Ensimmäisessä luonnoksessa tila on hyvin avara ja asiakkaalla on paljon nähtävää heti ensi askeleella. Avaruus antaa hyvän hahmotuksen koko tilasta, mutta saattaa paljastaa liikaa katsojalle. Ongelmaksi muodostui irrallisten elementtien sekavuus sekä työpisteen sijainti tilan takaosassa. Työntekijät eivät näe etuovelle ja siten asiakkaita ei ole kukaan tervehtimässä.
2. Valitussa tilaohjelmassa sisääntulo on kutsuva, mutta ei paljasta kaikkea ensimmäisellä vilkaisulla. Tilan pystyy kulkemaan monella tavalla ja jokaisen polun päässä on jotain katseltavaa. Yhtenäiset elementit antavat isomman pinta-alan tuotteiden esittelyyn ja jakavat tilaa sopivasti. Vaikka tilaan ei ole tarkoitus tehdä vastaanottotiskiä, asiakkaat on hyvä toivottaa tervetulleeksi heti sisäänkäynnillä tai sen läheisyydessä. Lähdin kehittämään tätä suunnitelmaa eteenpäin.

1.



2.



5.4 Materiaalit ja värit

Asiakkaan toiveiden mukaisesti kattoon ja lattiaan ei tehdä muutoksia. Seinien valkoista sävyä on mahdollista muuttaa maalaamalla, mutta suurin kannustus on hyödyntää Karavan omia tuotteita ja säilyttää nykyiset paneloinnit seinillä.

Avainasemassa koko myyntinäyttelytilassa on tietysti puu ja sen laaja käyttömahdollisuus. Karavalla on n. 20 erilaista tuotetta, jotka olisi tarkoitus tuoda näyttelytilaan esille. Siksi kaikki rakenteet ja toteutukset on suunniteltu puusta. Vaihtelevuutta kuitenkin saadaan hyödyntämällä eri sävyjä, erilaisia rytmityksiä ja muita puuta tukevia materiaaleja. Muiden luonnonmateriaalien kuten ruohon, kivien ja kasvien käyttö nostaa puun esille ja luo samalla ulkoilmatunnelmaa. Materiaalien käytössä on huomioitava julkitilalle sopivuus ja helppohoitoisuus.

Erilaisten ympäristöjen ja tunnelmien luontia varten eri sävyjen ja värien vaihtelu on suurta mutta harmoniassa toisiinsa. Tumman ja vaalean vaihtelu jakaa tiloja ja tuo puun materiaalina esille erilaisissa ympäristöissä. Katsoja pääsee hahmottamaan esimerkiksi, millainen lämpökäsitelty mänty terassilautana näyttää oman valkoisen kodin ulkoseinää vasten.



Kallio struktuuri



Kallio -paneeli



Kallio 3-valeura



Harjattu terassi



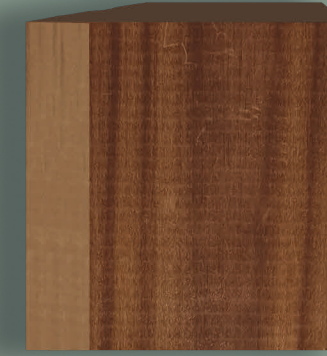
SHP 42x140



Tuplarhombus



Uritettu terassi



Rhombus



SHP 92, 68, 42

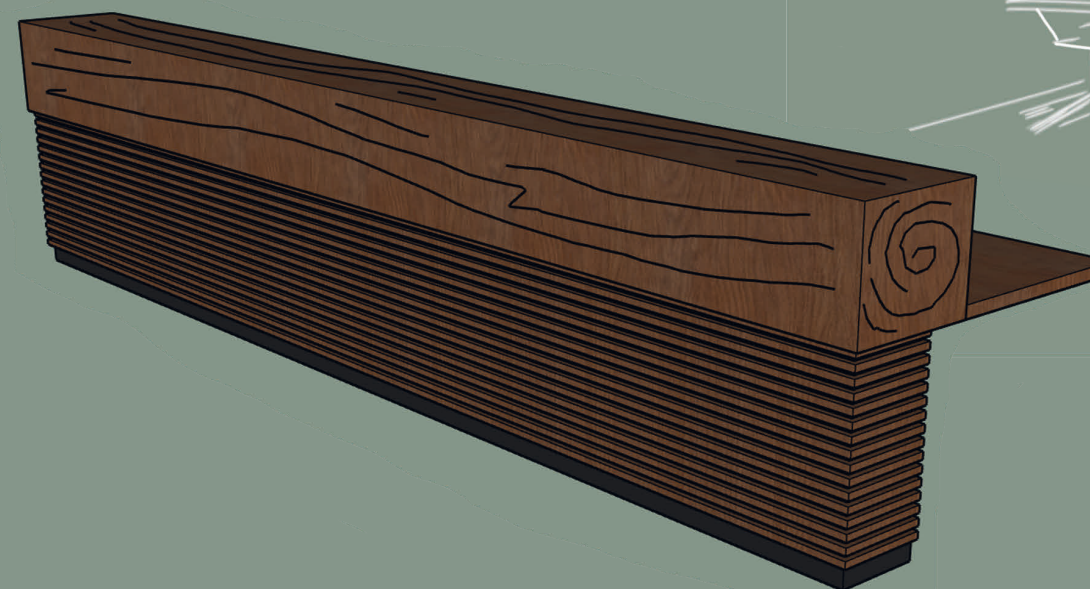
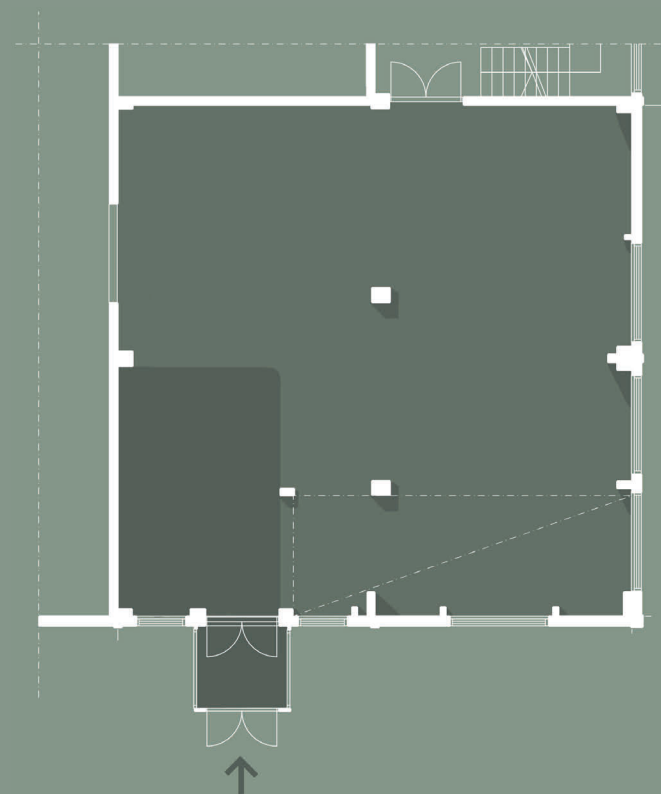
5.5 Suunnittelu alueittain

Sisääntulo

Suunnittelun alussa sisääntulo oli hyvin avara ja aulamainen. Sijoitin istuma-alueen heti ovelle ajatellen perinteisiä näyttelytiloja. Huomasin kuitenkin nopeasti, että avara sisääntulo paljastaa liikaa eikä perinteinen istumaryhmä ole kiinnostava ratkaisu.

Pikkuhiljaa suunnittelussa toin mukaan enemmän korkeampia kiintokalusteita, jotka estävät näkemästä koko tilaa yhdellä vilkaisulla. Samalla työpisteiden sijoitus oli tuotava heti sisäänkäynnin läheisyyteen.

”Yllätä kävijä jo sisään tullessa” –kommentti sai miettimään koko suunnitelmaa uudelleen. Hyödyntämällä tilanjakajia kuten rimaseiniä saan sisääntulosta rajatumman ja hyvin katsetta ohjaavan. Tilasta on tarkoitus tehdä tumma, intiimi sekä hieman hotellin aulan omainen. Lopullinen idea on luoda pitkä tukkipöytä, joka toimii työpisteenä useammalle sekä vastaanottotiskinä. Näin jokainen asiakas voidaan toivottaa tervetulleeksi ensi askeleella ja auttaa tarpeen mukaan.

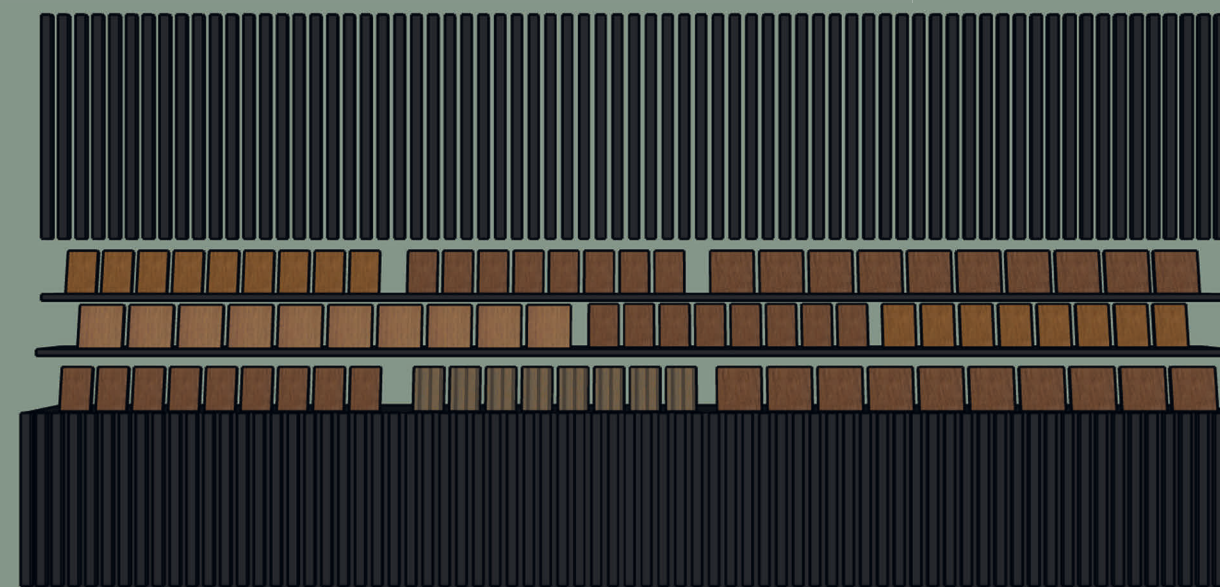
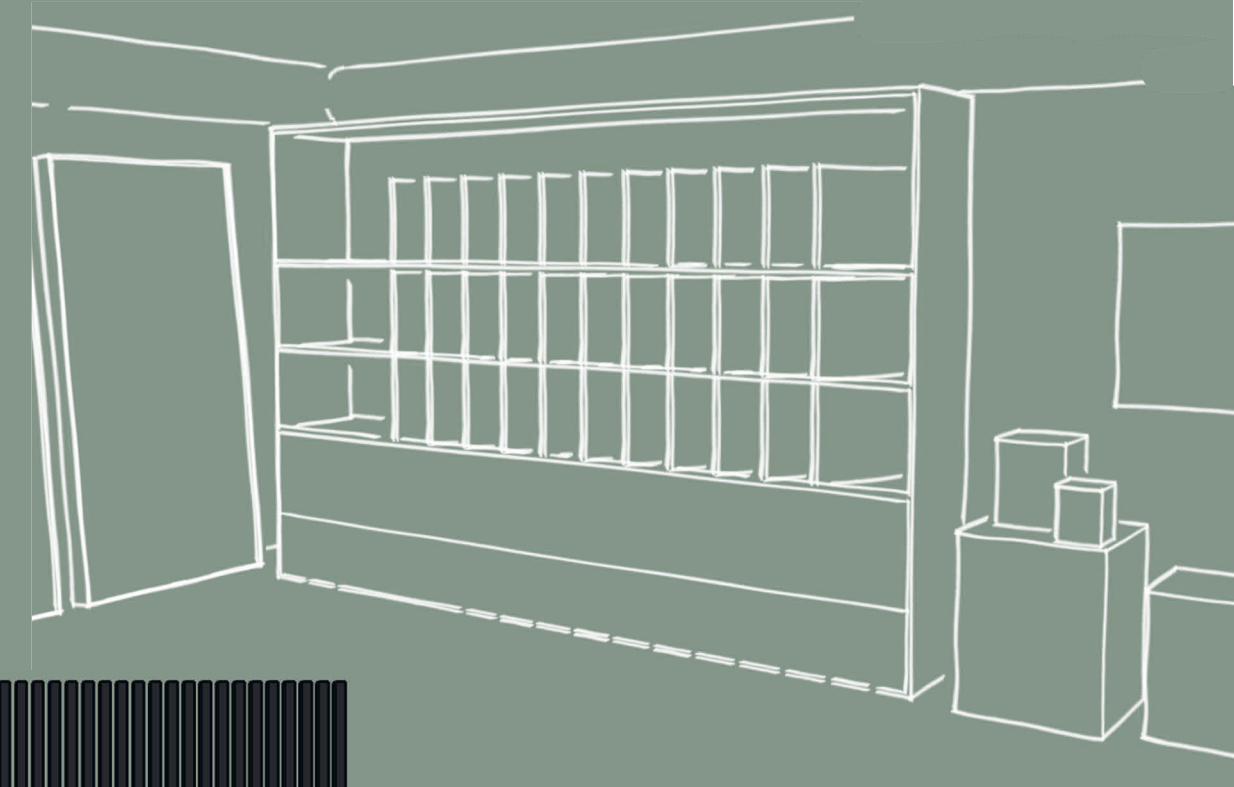
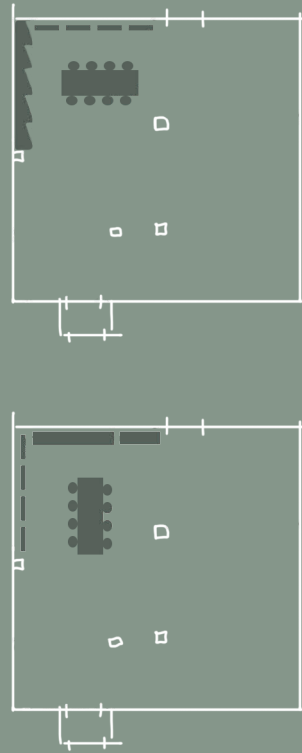
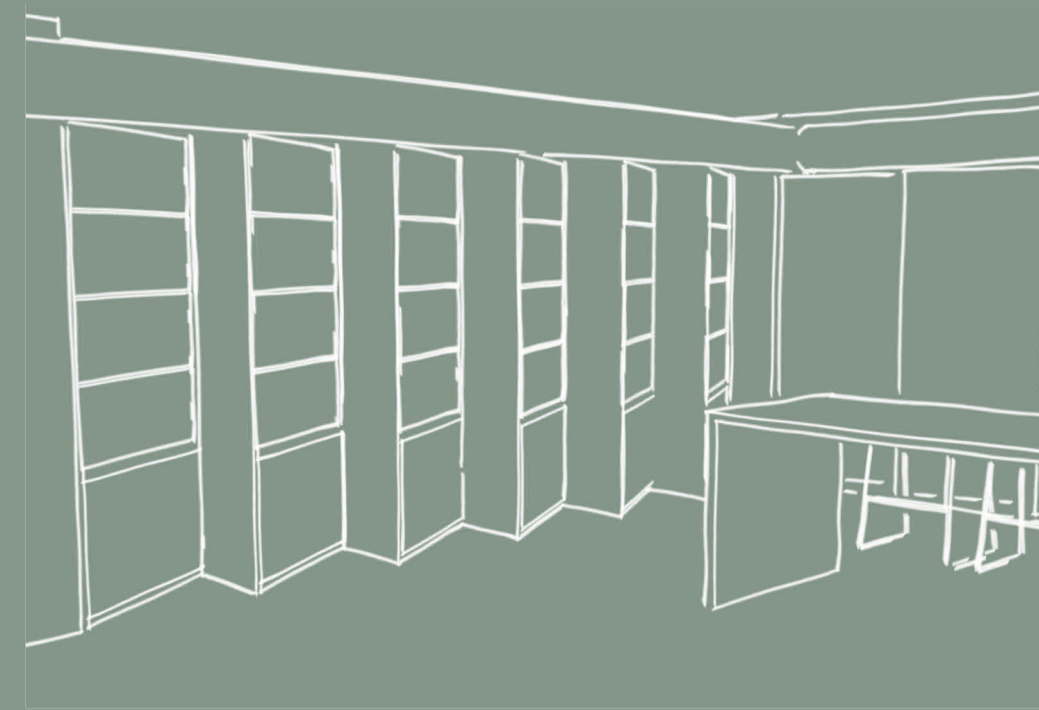
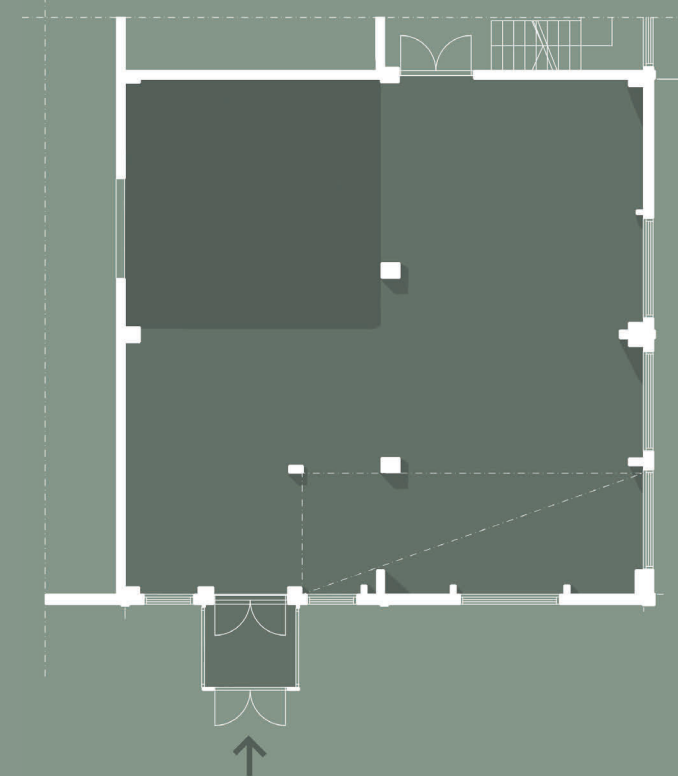


Materiaalikirjasto

Materiaalikirjastoon toivottiin laattaliikkeiden tyyliä, vedettäviä laatikostoja sekä isoja pintoja. Alkuvaiheissa kalustehyllyt olivat hyvin perinteistä tyyliä, jota näkee useissa laattaliikkeissä. Suunnitelma kuitenkin muuttui irrallisista hyllyistä ja laatikoista isompiin elementteihin. Yhtenäinen pitkä kaluste toimii paremmin tilassa ja tekee koko alueesta näyttävämmän. Myös kirjaston pitkä, mutta yksinkertainen pöytä on osa kokonaisuutta ja mahdollistaa isompienkin näyttöiden tai ryhmien kokoontumisen.

Tuntoaisti on suuressa roolissa materiaalikirjastossa. Isoilla pinnoilla ja materiaalinäytteillä asiakkaan on helpompi lähestyä materiaaleja. Tilassa toivotaan tuotteiden koskemista ja niiden esillepanon on tarkoitus rohkaista siihen. Isot pinnat on kiinnitetty tukevasti ja näytteet ovat helposti siirreltävissä.

Vanhasta materiaalikirjastosta löytyi iso tv, jonka myös aluksi otin mukaan suunnitelmaan, mutta jälkeen päin jätin pois. Tv:lle ei loppujen lopuksi ollut käyttöä, ja haastattelujen kautta sille ei myöskään ollut kannattajia.

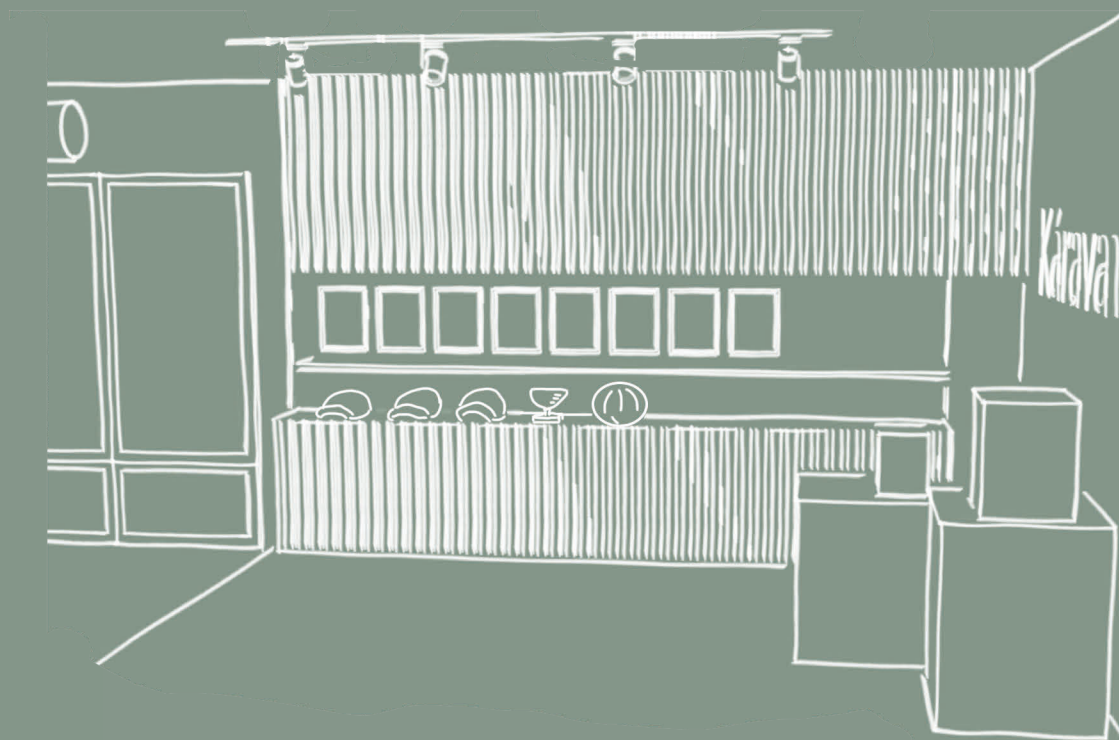
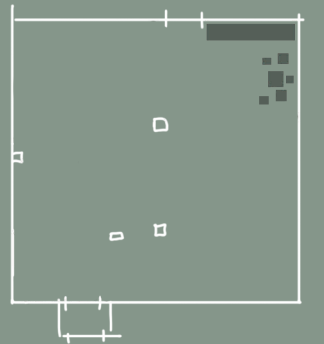
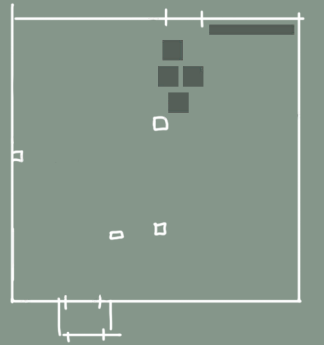
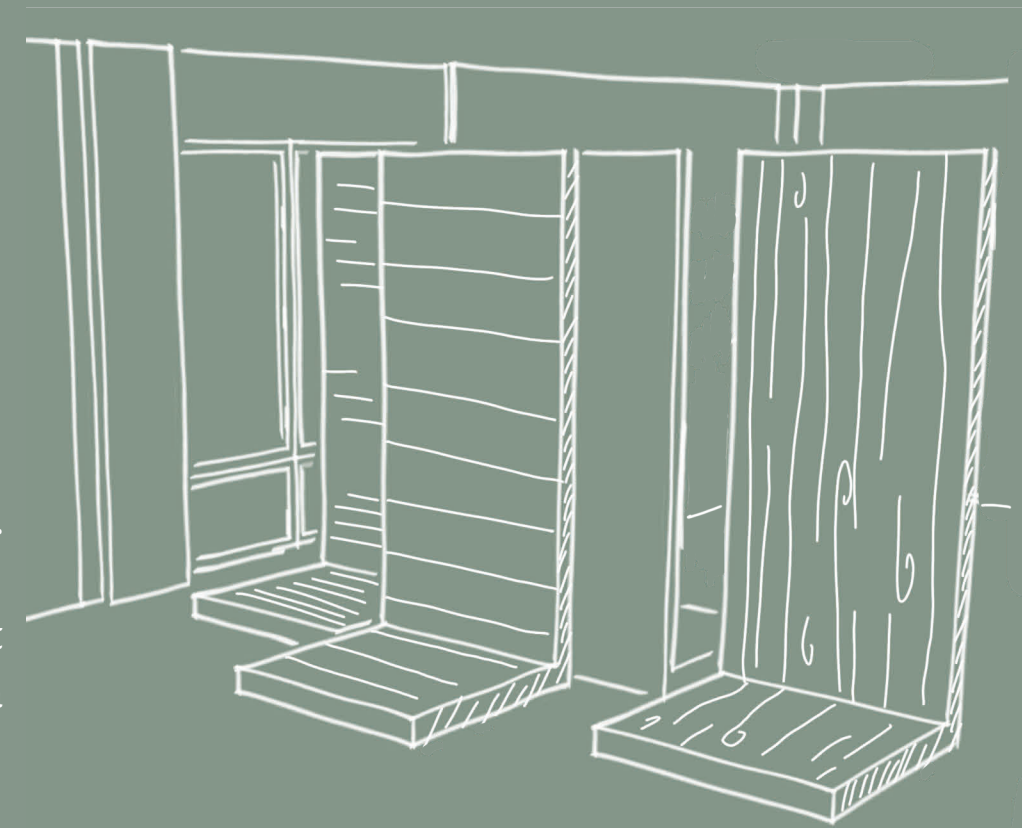


Messualue

Karavan toiveesta myyntinäyttelytilassa on elementtejä, joita voisi hyödyntää myös messuilla. Niiden suunnitteleminen kuitenkin tuotti haastetta, sillä messuosastoja on monenlaisia ja monen kokoisia eikä kaikki ratkaisut toimi kaikkialla. Suunnitelman alussa messuosaston tuotteet olivat omassa hyllyssä. Seuraavassa versiossa materiaalit tulivat esiin isompina pintoina L-muotoisina elementteinä. Molemmat ratkaisut jäivät kuitenkin vielä hyvin irrallisiksi.

Ideana nousi hyödyntää kolmeulotteisia muotoja, joita olisi helppo siirrellä ja vaihdella. Kuutio muotona antaa mahdollisuuden nähdä materiaalin erilaisissa valoissa sekä testailla seinä- ja lattiapaneeleita yhteen.

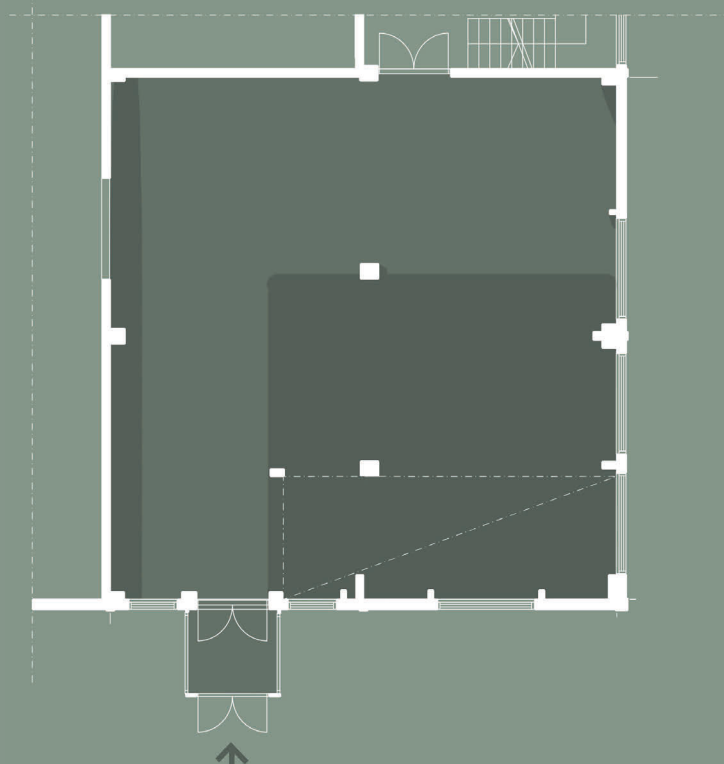
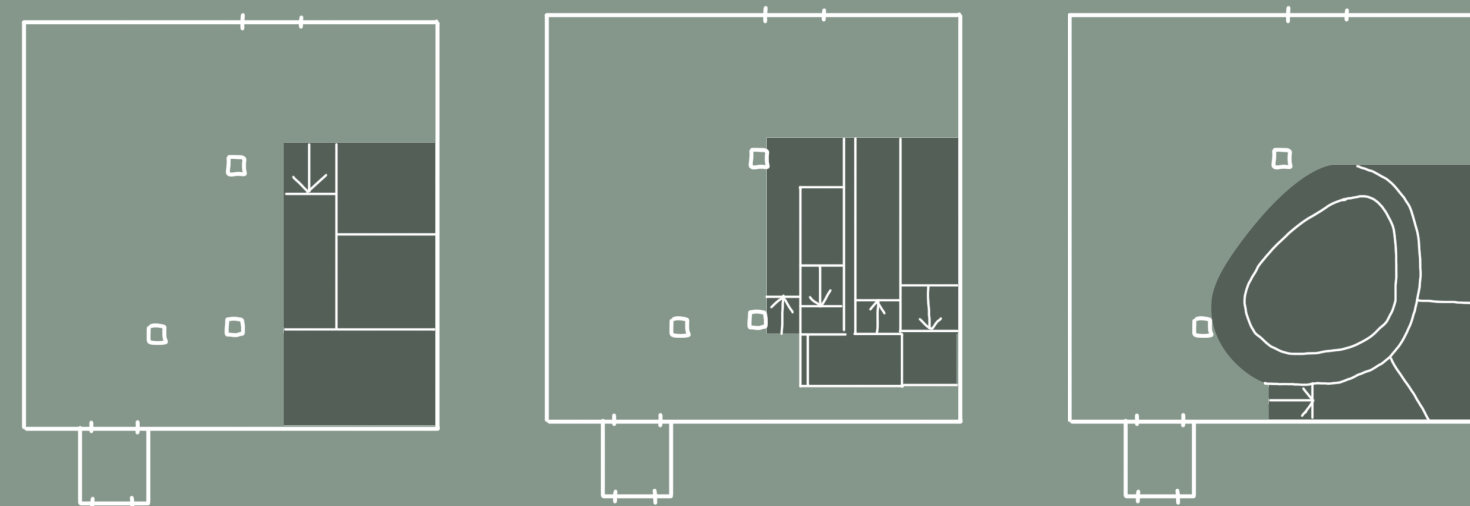
Asiakkaan toiveista näyttelytilaan haluttiin palkintokaappi, jonne saadaan kaikki mahdolliset palkinnot ja sponsoreiden tuotteet, kuten lippalakit. Aluksi palkintokaappi sijoittui materiaalikirjastoon, josta se nopeasti vaihtoi paikkaa messualueelle. Siellä kaappi ei ole irrallinen elementti, vaan toiston avulla matkii materiaalikirjastoa. Vaikka messuosasto tyhjentyisi messujen ajaksi, palkintokaappi pitää alueen mielenkiintoisena.



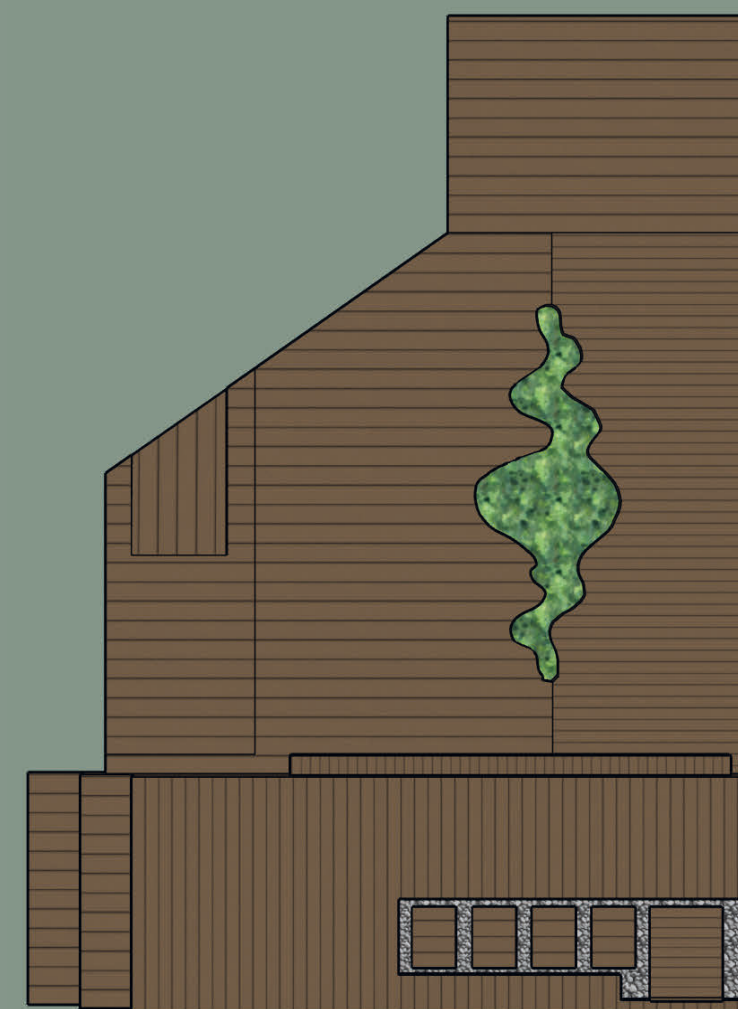
Terassialue

Terassialue kävi läpi monet vaiheet, joissa sen muoto ja rakenne muuttui moneen otteeseen. Suunnittelun alussa rivissä olevat suorakaiteenmuotoiset terassialueet muuttuivat isommaksi pinoksi suorakaiteita. Kompastumisriskin sekä esteettömyyden kannalta pinot muokkaantuivat enemmän orgaanisiksi muodoiksi. Yhtenäisen ilmeen takia jätin kuitenkin ovaalit muodot ja lähdin hakemaan jotain isompaa ja yksinkertaisempaa.

Alkuvaiheissa terassialue oli myös hyvin irrallinen yksittäisillä elementeillään. Sopivan muodon löydettyäni hyödynsin isompia elementtejä, kuten tilassa olevia palkkeja verhoilupaneelien esittelyyn ja tilanjakamiseen. Terassista löytyy korkeuseroja portaiden mallintamista varten sekä pieni ramppi, jotta mahdollisimman moni pystyy kulkemaan terassilla.



Halusin antaa materiaaleille tilaa ja hyödyntää niitä tarkkaan mietityissä tuotteissa. Lähempänä sisääntuloa on korkein kohta terassilla, jossa hyödynnetään yllä olevaa korkeaa tilaa. Korkeammalta on myös näkymät lopulle terassialueelle, jota on mahdollista ihailla galleriamaisesti penkiltä.



6

Lopputulokset

- 6.1. Tilaohjelma
- 6.2. Visualisointi
- 6.3. Pintamateriaalit
- 6.4. Leikkaus
- 6.5. Suunnitelma alueittain
- 6.6. Valaistussuunnitelma

6.1 Tilaohjelma

Myyntinäyttelytilan lopullinen tilasuunnitelma koostuu neljästä isommasta alueesta, joista terassialue on suurin ja pitää sisällään erilaisia alueita. Tilaa on rajattu isoilla tilanjakajilla, jotka toimivat myös materiaalien esittelyssä. Materiaalien esillepanossa on hyödynnetty isoja pintoja, jotka levittäytyvät myös tilan kiintokalusteisiin. Näin kaikki alueet tilassa ovat osa näyttelyä ja näyttävät vaihtelevuuden avulla, mihin kaikkeen Karavan tuotteita on mahdollista käyttää.

Näyttelytilan sisääntulo on rauhallinen ja tunnelmallinen alue, jonne on sijoitettu työpisteet. Isot ikkunat ja tarkkaan mietityt suunnat rimoissa tekevät tilasta työntekijöille avaramman työtilan, mutta säilyy vierailijoille rajatumpana.

Materiaalikirjasto ja messualue ovat yhtenäisiä alueita ilmeeltään, joka innostaa materiaalien koskemiseen ja testailuun.

1. Sisääntulo
2. Materiaalikirjasto
3. Messualue
4. Terassialue





Näkymä terassille penkiltä.

6.4 Leikkaus A-A 1:50



6.5 Suunnitelma alueittain

Sisääntulo

Myyntinäyttelytilaan astuessa näkymä on houkutteleva ja tunnelmallinen. Katse kiinnittyy ensimmäisenä Karavan logoon sekä pitkään pöytään, joka toimii työntekijöiden työpisteenä. Työpisteen sijoittaminen sisäänkäynnille antaa mahdollisuuden huomioda ja tervehtiä asiakkaat heti sisälle astuessa. Perinteisen työpisteen sijaan pöytä on toteutettu Karavan tuotteista ja muotoilu on pidetty yksinkertaisena, joka antaa huomion enemmän materiaalille.

Sisäänkäynti on kuin hotellin aula, joka yllättää kävijän ja herättää kiinnostuksen. Puurima tekee tilasta rajatumman ja peittää samalla tekniikkaa taaksensa, kuten ison ilmastointiputken. Vaikka tila on rajattu, rimat on aseteltu niin, että työntekijöillä on laajempi näkymä ja asiakkaila on "ikkunoita" paljastamatta muuta tilaa.

Aistien kannalta sisääntulo on pehmeä pitkän maton ansiosta. Hajuaisti saa virikkeitä puuntuoksusta, ja makuaistia herätellään tarjolla olevilla pienillä herkuilla.



Materiaalikirjasto

Sisäänkäynniltä on suora yhteys materiaalikirjastoon, jossa materiaalivaihtoehdot ovat katseltavissa ja kosketeltavissa isoina pintoina. Tumma kirjasto yksinkertaisella toteutuksella nostaa puun hyvin esille ja pitää sisällään paljon säilytystilaa sekä peittää tekniikan taaksensa. Pitkä pöytä 100x280cm on Karavan omalta verstaalta ja mahdollistaa isommatkin kokoukset tai isompien materiaalinäytteiden tarkastelun.

Isot materiaalinäytteet sijoittuvat ehjälle pitkälle seinälle, joka toimi aikaisemmin tehtaan puolen sisäänkäyntinä. Ne helpottavat hahmottamaan, millaiselle erilaiset paneelit näyttävät isompana pintana, ja kannustavat testailemaan ja tunnustelemaan pintoja.

Pienet materiaalinäytteet ovat helposti katseltavissa ja nostettavissa paikoiltaan. Hyvä valaistus houkuttelee kävijän näytteiden luokse ja on kuin kaupanhylly, josta voi ottaa halutut tuotteet itselleen.



Messualue

Messualue toimii nimensä mukaisesti messutuotteiden paikkana sekä palkintokaappina. Karavan toiveena on toteuttaa näyttelytilaan ratkaisuja, joita voisi hyödyntää myös messuilla. Suurin osa ratkaisuista on kuitenkin liian isoja ja kiinteitä. Ajatuksena tuli toteuttaa isoja ja pieniä kuutioita, joissa vaihtelee pintamateriaali. Kuutiot ovat leikkisiä ja osallistava vaihtoehto perinteisille pyöriville näytehyllyille. Kuutioilla on helppo testata esimerkiksi, millaiselle tietty terassilauta näyttäytyy tietyn seinäpaneelin kanssa. Kolmiulotteisuus antaa myös mahdollisuuden nähdä pinta erilaisessa valaistuksessa.

Palkintokaappi on jatkumoa materiaalikirjastolle yhtenäisen ilmeen saavuttamiseksi. Palkintokaapissa on esillä Karavan stipendejä, kunniamainintoja sekä sponsorituotteita kuten lippalakkeja. Messutuotteiden ollessa poissa tila ei jää tyhjäksi palkintokaapin ansiosta ja toimii hyvin säilytystilana.

Messualuetta rajaa seinäke, joka toimii materiaalin esittelyssä. Seinäke ei kuitenkaan ole kattoon asti ja päästää läpi luonnonvaloa, jolloin luonnonvalo pääsee jokaisen tilan osaan.





Näkymä terassille.

Terassialue

Terassialue toimii tilan sydämenä, jossa isot pinnat auttavat hahmottamaan terassilautojen ja paneelien eroja. Terasseille on pääsy heti sisäänkäynnillä portaita pitkin tai materiaalikirjaston kautta luiskaa pitkin. Portaiden kautta terassialue nousee korkeammalle ja esittelee polun perinteiselle sankosuihkulle sekä galleriapenkille. Penkin takana on korkea rimataideteos, joka hyödyntää ylös avautuvaa tilaa. Taideteos rajaa näkymää parkkipaikalle, mutta päästää hyvin läpi luonnonvaloa.

Galleriapenkki toimii paikkana istahtaa ja katsella näkymää muualle näyttelytilaa. Terassien keskeltä löytyy orgaanisena muotona toteutettuna ruohoalue, joka jakaa terassilautoja. Tekonurmi koristekivien ja viherkasvien kanssa tuo tilaan kiinnostavuutta, ulkotilojen elementtejä ja ne toimivat hyvin puun rinnalla.

Luiskan kautta pääsee kulkemaan valaistua polkua pitkin, joka esittelee materiaaleja ulkovalaisimien kanssa. Laajennetut palkit tekevät polusta hämyisemmän, mikä mahdollistaa puun esittelyn tunnelmallisessa valaistuksessa.

Terassilla on pari kalustetta, jotka on toteutettu Karavan tuotteista. Tila on tarkoituksella jätetty avoimeksi ja kovin yksinkertaiseksi, joka antaa tilaa materiaaleille. Näköaistille on kuitenkin paljon katseltavaa ja tuntoaistille kosketeltavaa. Tarkoituksena on luoda tila, jossa toimii vaivaton kanssakäynti, ja joka inspiroi ja jää mieleen.

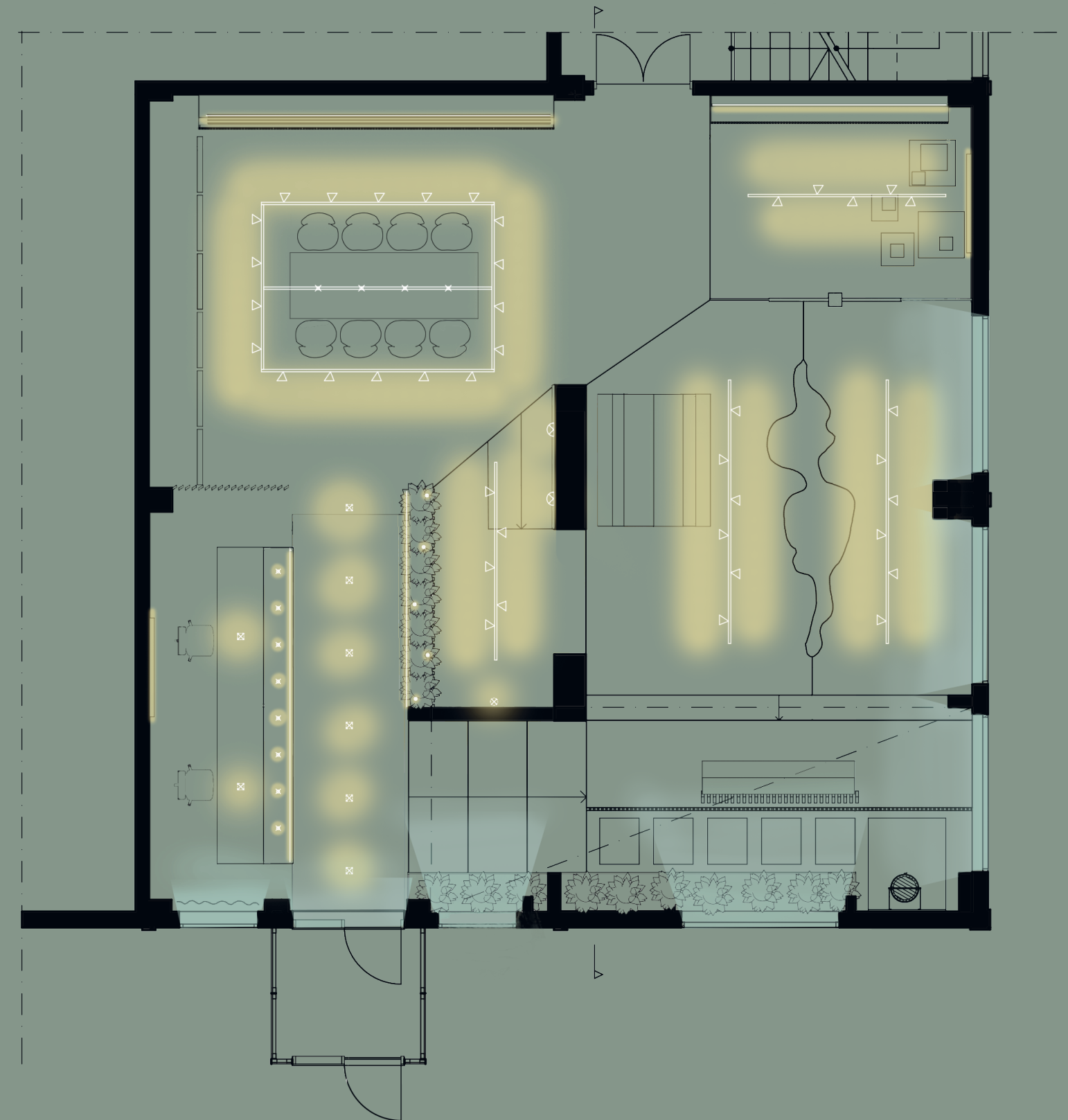
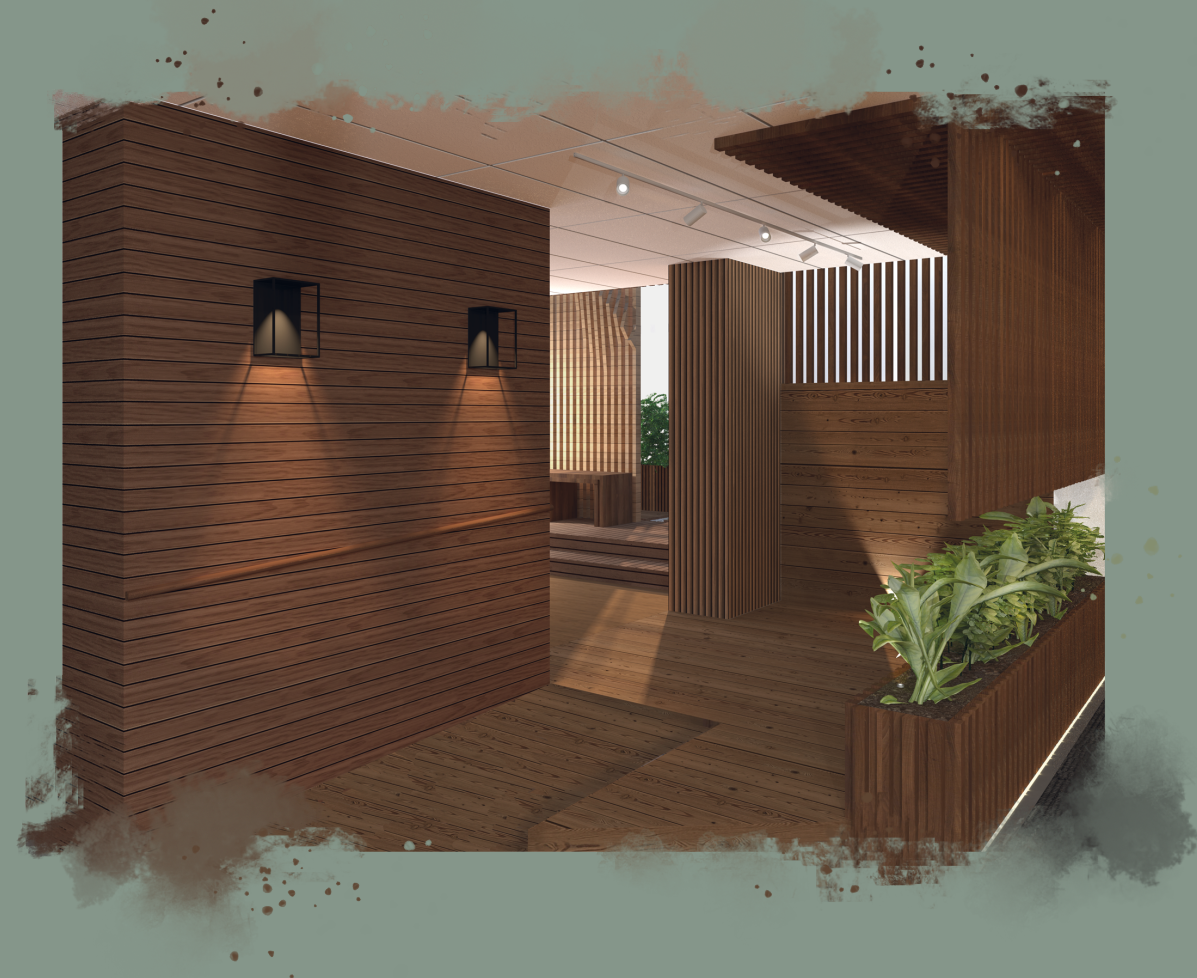


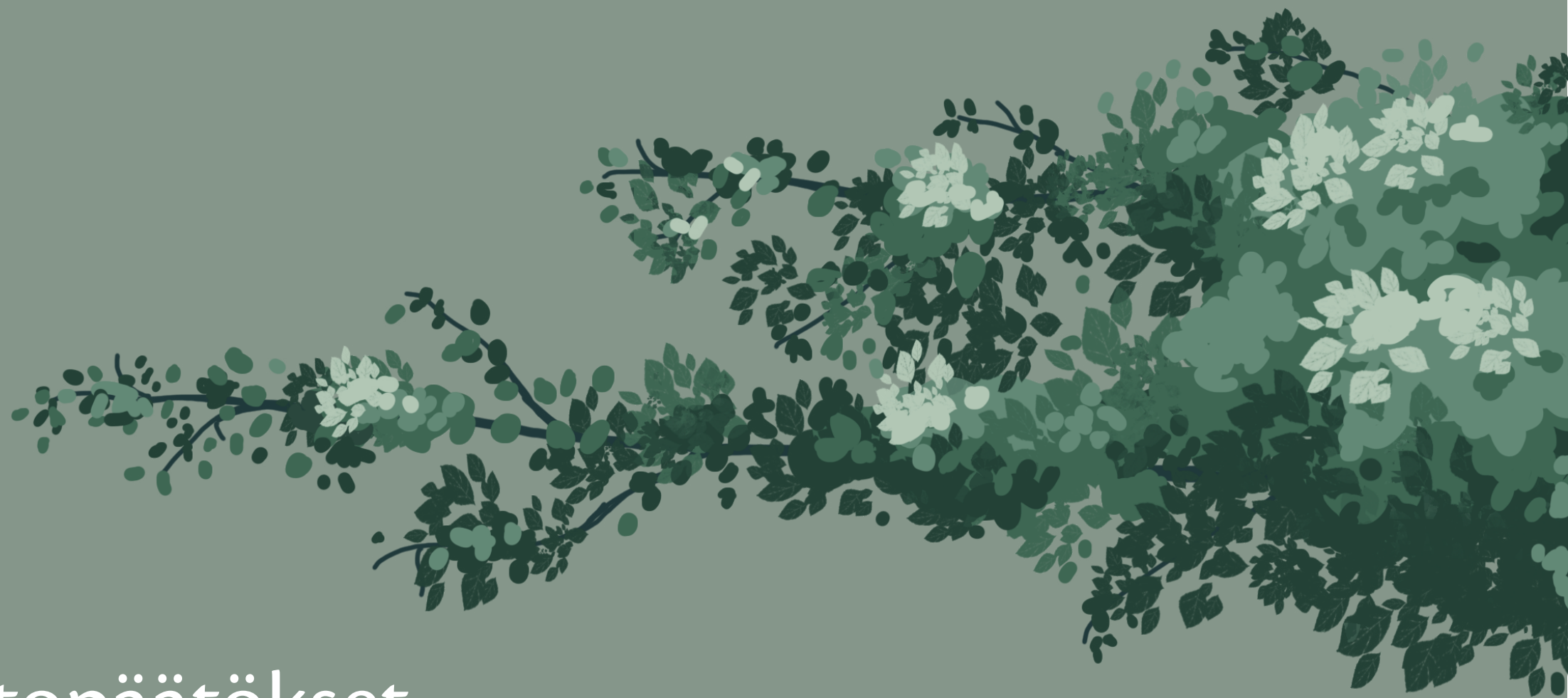
Näkymä terassille sisäänkäynniltä.

6.6 Valaistussuunnitelma

Tilassa on paljon luonnonvaloa isojen ikkunoiden ansiosta. Terrassialue sijoittuu näiden isojen ikkunoiden lähelle, joka näyttää materiaalit hyvässä valossa. Vanhat toimistovalaisimet vaihdetaan kiskovalaisimiksi, jotka näyttävät tuotteet paremmassa valossa. Valaistuksessa hyödynnetään säädettävää valaistusta, joka tekee työympäristöstä mieluisamman sekä näyttää materiaalit juuri oikeassa valossa ja sävyssä.

Terassien valaistuksessa hyödynnetään tunnelmavalaitusta sekä ulkovalaisimia. Tarkoituksena on pystyä näyttämään materiaalit erilaisissa valaistuksissa ja tuoda ne hyvin esille. Yleisvalaistuksessa on huomioitu sen riittävyys myös siivousta ajatellen.





7. Yhteenveto ja johtopäätökset

Opinnäytetyöprosessi oli mielenkiintoinen ja opettavainen, mutta haastava projekti. Opin paljon ja pääsin tutkimaan itselleni kiinnostavia aihealueita. Aiheisiin voisi vielä syventyä tarkemminkin, ja toivottavasti pääsen tulevaisuudessa omien töiden kautta käsittelemään samoja aihepiirejä.

Haastavuutta prosessiin toi aikataulumuutokset ja projektin kasaaminen loppuun omien töiden ohella. Alun perin halusin sisällyttää irtokalustesuunnittelua työhön mukaan, mutta se rajautui pois minun ja asiakkaan aikataulullisista syistä. Työn laajuus oli alusta asti selkeä, mutta silti loppumetreillä alkoi tulla kova kiire saada kaikki kasaan.

Olen kuitenkin oikein tyytyväinen lopputulokseen ja vielä iloisempi asiakkaan tykättyä suunnitelmasta. Jatkoa ajatellen kehittäisin ja paneutuisin vielä syvemmin kalusteiden detaljikkaan ja ominaisuuksiin. Messutuotteiden suunnitelmat jäävät myös jatkokehitykseen. Tärkeintä koko projektissa on kuitenkin oman osaamiseni kartuttaminen, omien taitojeni näyttäminen ja tilasuunnitelman sopiminen sen käyttäjille.

Lähteet

Aistien-menetelmä 2022. [verkkosivu]. <<https://aistienmenetelma.net/aistien-menetelma/taustaa/>> (Luettu 11.1.2023)

Sohova 2022. [verkkosivu]. <<https://sohova.fi/kayttajalahtoinen-suunnittelu-vs-kayttokokemuksen-suunnittelu/>> (Luettu 11.1.2023)

Brown, Tim 2015. When everyone is doing design thinking, is it still competitive advantage?. Harvard Business Review [verkkosivu]. <<https://hbr.org/2015/08/when-everyone-is-doing-design-thin-king-is-it-still-a-competitive-advantage>> (luettu 12.12.2022)

Ewen, Lara 2017. Why retailers are trying on showrooms. Luettavissa osoitteessa <<https://www.retaildive.com/news/why-retailers-are-trying-on-showrooms/439990/>> (luettu 01.11.2022)

Karava Oy 2022. [verkkosivu]. Luettavissa osoitteessa <<https://www.karava.fi/>> (luettu 23.11.2022)

Kern, T.A. 2009. Engineering Haptic Devices. Lontoo: Springer London (Luettu 2.3.2023)

Laurila, Liisa 2019. Myyntinäyttelyn asiakaskokemuksen kehittäminen palvelumuotoilun keinoin. Opinnäytetyö. Laurea ammattikorkeakoulu. Luettavissa osoitteessa <<https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/169863/Myyntin%c3%a4yttelyn%20asiakaskokemuksen%20kehitt%c3%a4minen%20palvelumuotoilun%20keinoin.pdf?sequence=2&isAllowed=y>> (luettu 12.10.2022)

Markkanen, Susanne 2008. Myymäläympäristö elämysten tuottajana. Helsinki: Talentum Media Oy

Nousiainen, Marjut, Lindroos, Heikki, Heino, Petri 2014. Restoratiivisen ympäristön suunnittelu. Print Grupp OU, Tallinn. Luettavissa osoitteessa <https://issuu.com/restorativeenvironment/docs/restoratiivisen_ymp__rist__n_suunni> (luettu 28.10.2022)

Rakennustieto 2003. Sisäänkäyntitilat, julkiset rakennukset RT 91-10788

Rakennustieto 2014. Ihmisen mitat ja ulottuminen RT 09-11137

Rantanen, Marja 2016. Tunnelmamuotoilu. Helsinki: Talentum Media Oy

Schneider, Jakob, Stickdorn, Marc, 2011. This is service design thinking : basics, tools, cases. Amsterdam: Bis Publishers

Suunnittelutoimisto Iloa360 Oy 2022. [verkkosivu]. <<http://www.iloa360.fi/yritys/>> (luettu 23.11.2022)

Tuulaniemi, Juha 2016. Palvelumuotoilu. Helsinki: Talentum Media Oy

Haastattelu:

Karavan työntekijöiden sähköpostihaastattelu 2022. Laatija Saana Soininen.

Kuvalähteet:

Kuva 1. Karavan tehdasrakennus

Ei julkinen

Kuva 5. Grupo Arca showroomin portaikko, Genevieve Lutkin.

<https://www.archdaily.com/923783/grupo-arca-showroom-esrawe-studio>

Kuva 6. Grupo Arca showroomin julkisivua, Jaime Navarro.

<https://www.archdaily.com/923783/grupo-arca-showroom-esrawe-studio>

Kuva 7. Woods Bagot aula, Peter Bennetts.

<https://www.archdaily.com/979236/sculptform-design-studio-woods-bagot>

Kuva 8. Woods Bagot työpiste, Peter Bennetts.

<https://www.archdaily.com/979236/sculptform-design-studio-woods-bagot>

Kuva 9. Takka tila

<https://www.ariostea-high-tech.com/showroom>

Kuva 10. Näyttelytila sisältä

<https://www.ariostea-high-tech.com/showroom>

Kuva 11. Tuotekuva, kuvan värejä käsitelty.

<https://martela.com/fi/kalusteet/tuolit/tyotuolit/james-mesh-tyotuoli-verkkoselalla>

Kuva 12. Tuotekuva

<https://www.finnishdesignshop.fi/fi-fi/tuote/form-baarituoli-65-cm-musta-teräs-musta>

Kuva 13. Tuotekuva

<https://lauritzon.fi/product/misty/>

Kuva 14. Tuotekuva

<https://www.superled.fi/product/1067/led-alasvalo-kantti-9w-790lm-959540mm-ip44-cri92-suunnattava>

Kuva 15. Tuotekuva

<https://www.superled.fi/product/880/tunnelma-led-nauha-5m-48wm-60-lediam-24v-ip65>

Kuva 16. Tuotekuva, kuvan värejä käsitelty

<https://saas.fi/en/product/design-lights/tube/>

Kuva 17. tuotekuva

<https://www.sg-as.com/fi/tuotteet/luna-mini>

Kuva 18. Tuotekuva

<https://www.superled.fi/product/1555/led-kiskovalaisin-best-3-vaihe-12w-1080lm-65x150mm-cri90-vaikoinen>

Kuva 19. Tuotekuva

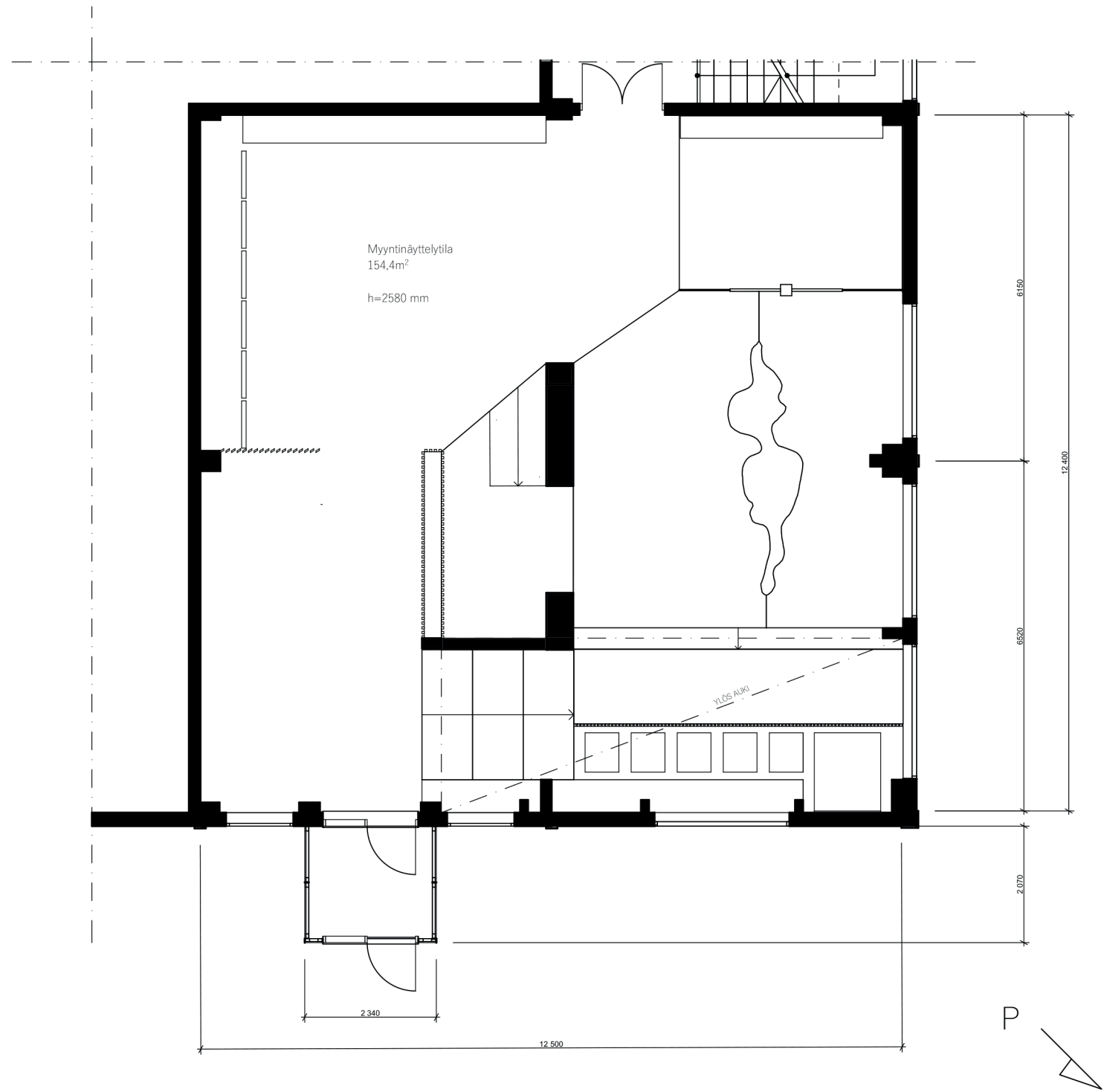
<https://www.sg-as.com/fi/tuotteet/fagernes>

Kuva 20. Tuotekuva

<https://casa.fi/led/sky/>

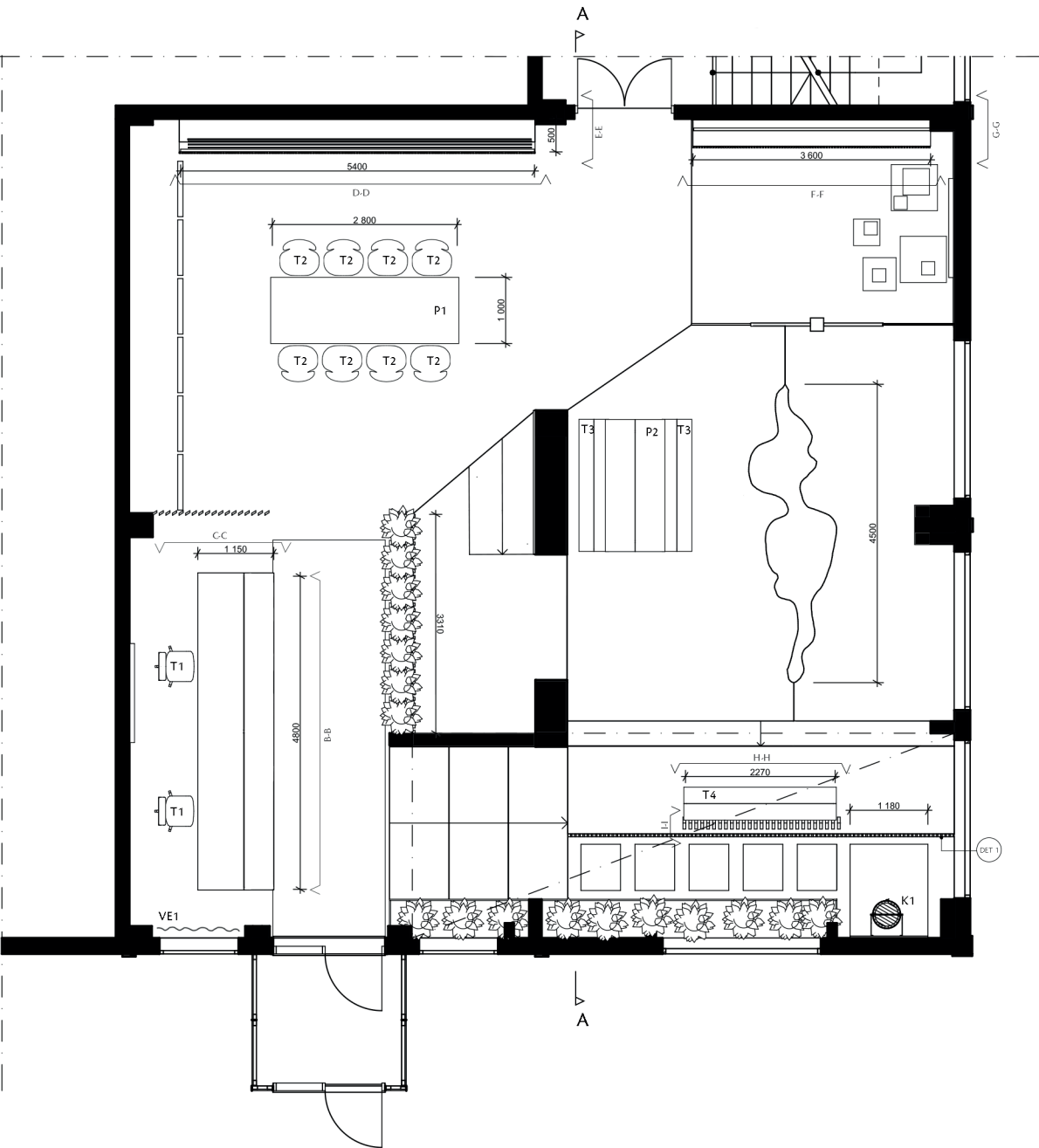
Liitteet

1. Pohjapiirustus
2. Kalustepohjapiirustus
3. Alakattopiirustus
4. Sisääntulo projektio B-B ja C-C
5. Detaljit
6. Materiaalikirjasto projektiot D-D ja E-E
7. Messuosasto projektiot F-F ja G-G
8. Terrassialue rimataideteos H-H ja I-I
9. Valaisinpohjapiirustus
10. Kaluste- ja valaisinluettelo



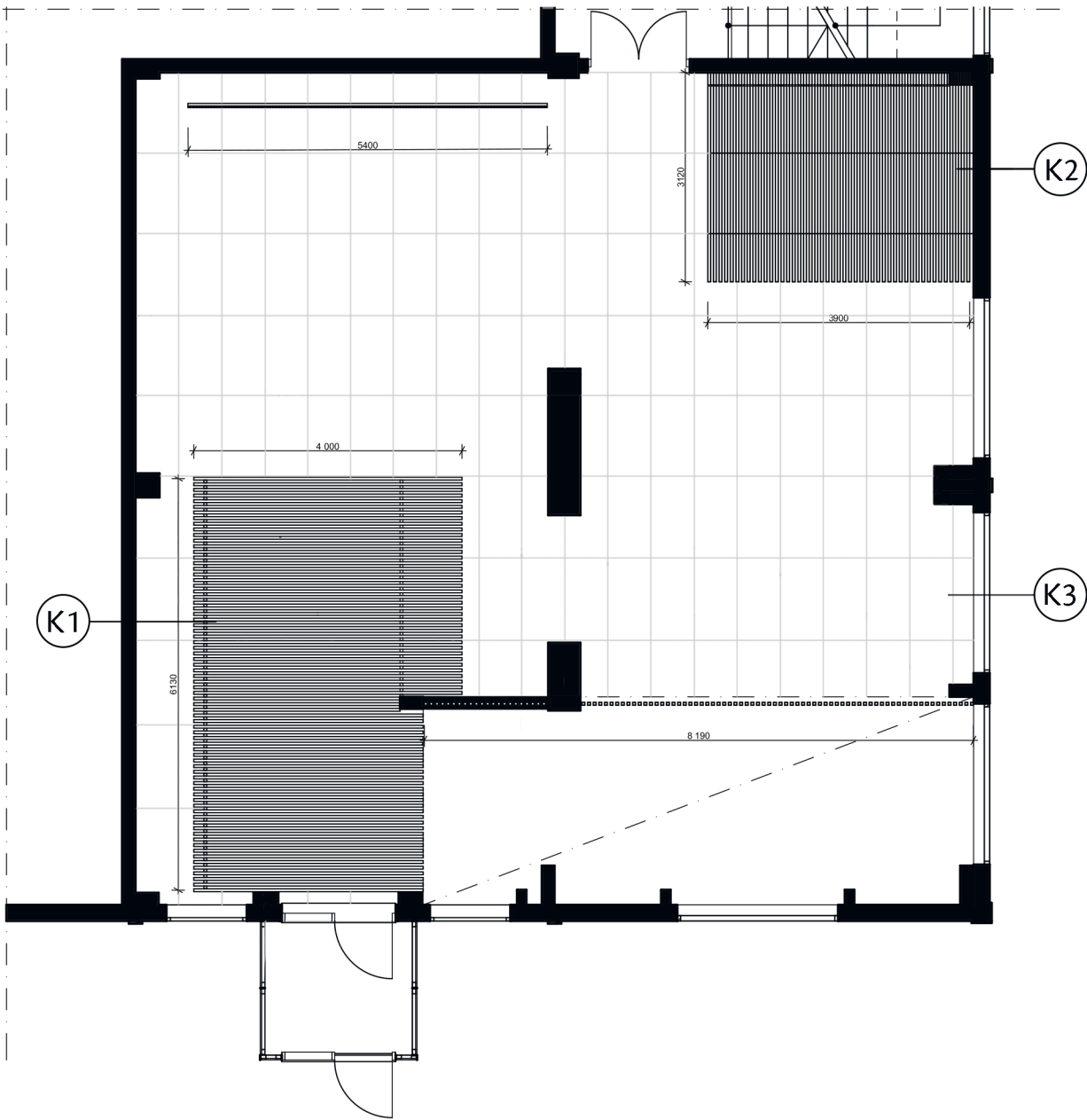
Liite 1

| | |
|---|---|
| Rakennuskohde Vesalantie 21, 33960 Pirkkala | Piirustuslaji Pohjapiirustus |
| Suunnittelija Saana Tavarez | Mittakaava 1:100 |
| Päivämäärä Opinnäytetyö 17.2.2023 | Piirustuksen sisältö Pohjapiirustus |



Liite 2

| | |
|---|--|
| Rakennuskohde Vesalantie 21, 33960 Pirkkala | Piirustuslaji Pohjapiirustus |
| Suunnittelija Saana Tavarez | Mittakaava 1:100 |
| Päivämäärä Opinnäytetyö 17.2.2023 | Piirustuksen sisältö Kalustepohjapiirustus |

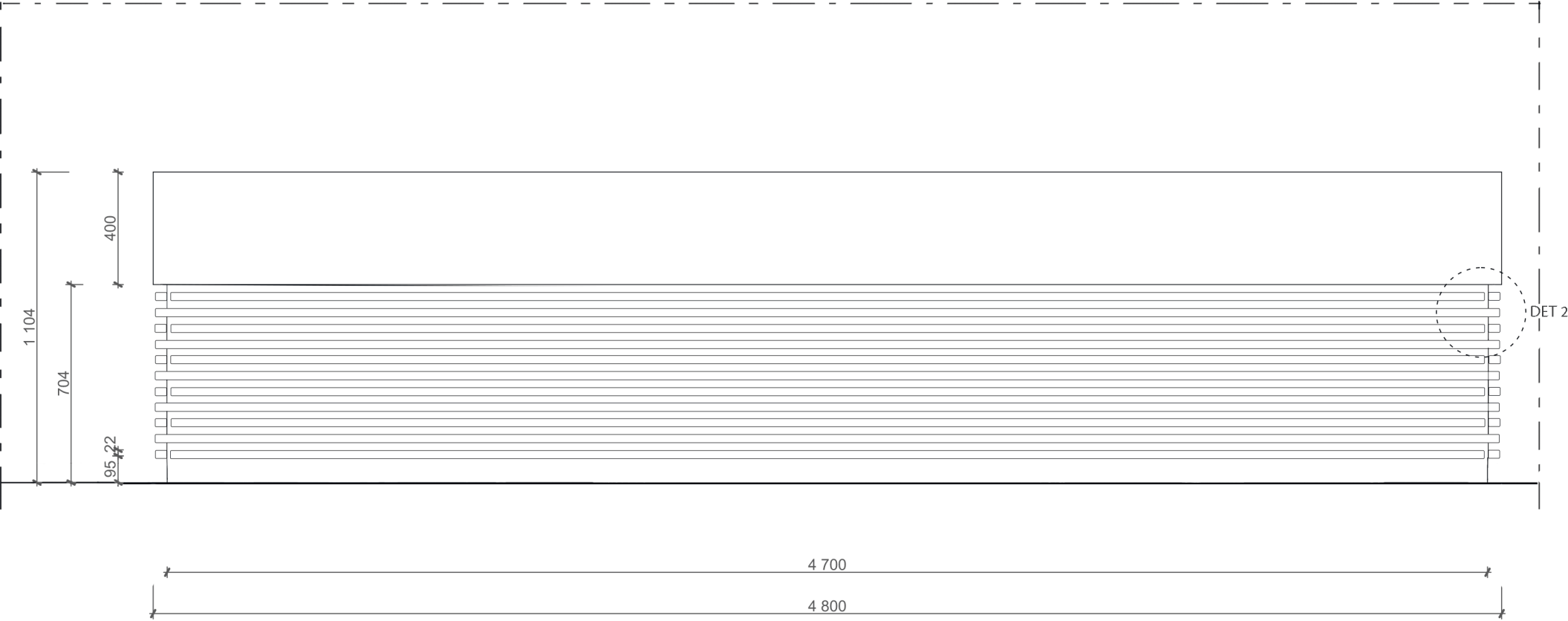


- K1 Rimakatto 28x40 thermomänty
- K2 Rimakatto 28x40 haapa (nykyinen)
- K3 Paneelikatto 60x120 valkoinen (nykyinen)

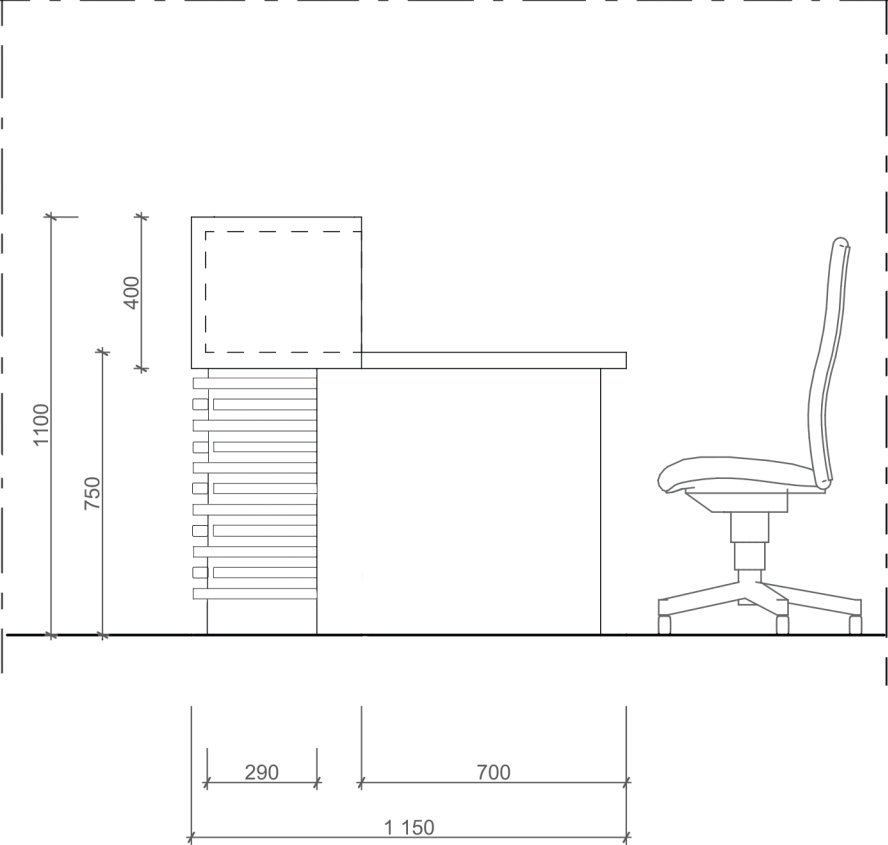
Liite 3

| | |
|--|---|
| Rakennuskohde Vesalantie 21, 33960 Pirkkala | Piirustuslaji Pohjapiirustus |
| Suunnittelija Saana Tavarez | Mittakaava 1:100 |
| Päivämäärä Opinnäytetyö 17.2.2023 | Piirustuksen sisältö Alakattopiirustus |

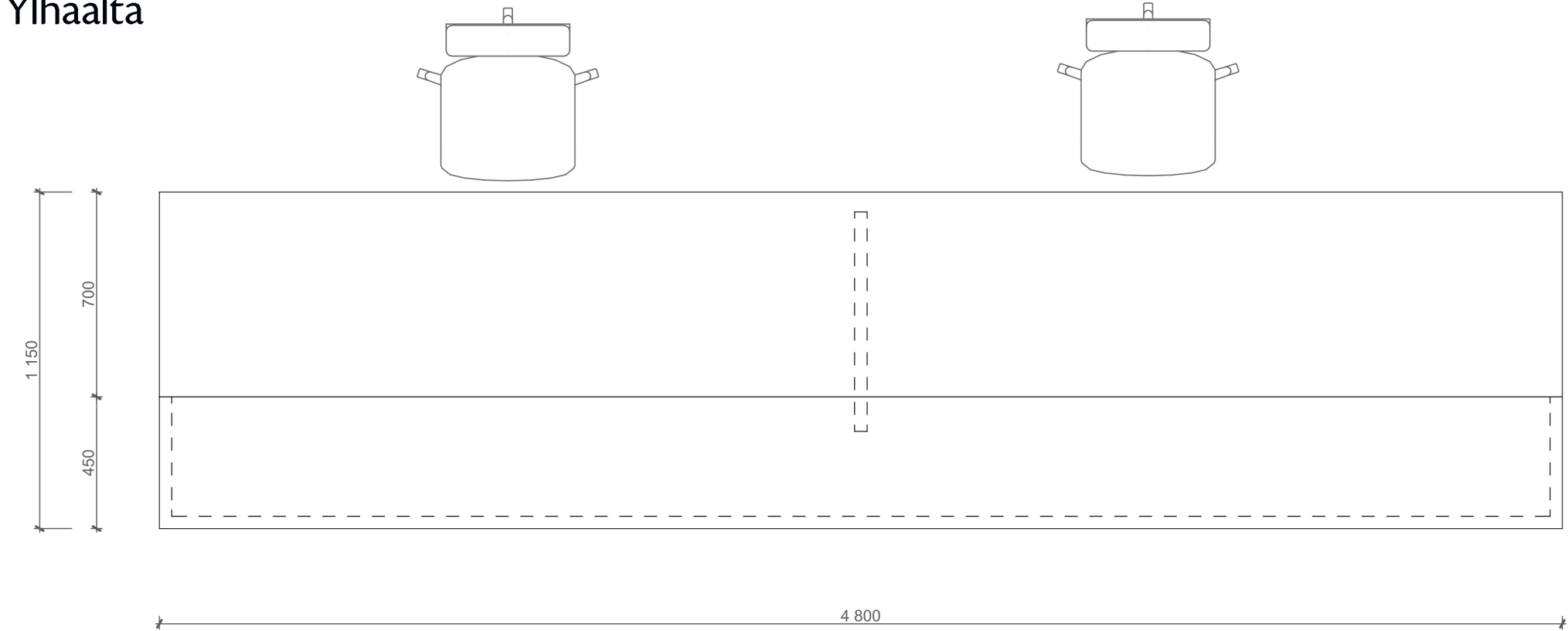
B-B



C-C



Ylhäältä

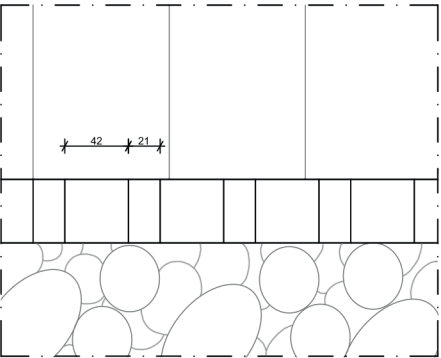


Kaikki mitat tarkistettava paikan päällä.
Puuseppä määrittää tarkemmin tarvittavat liitokset.
Taso: Lämpökäsitelty mänty 30 mm
Työpöytätaaso: Käsitelty massiivipuu, 30 mm, sävy Teknos T8040
Etopinnan rima: Lämpökäsitelty mänty 28x40 mm
Runko: Käsitelty massiivipuu, sävy Teknos T8040

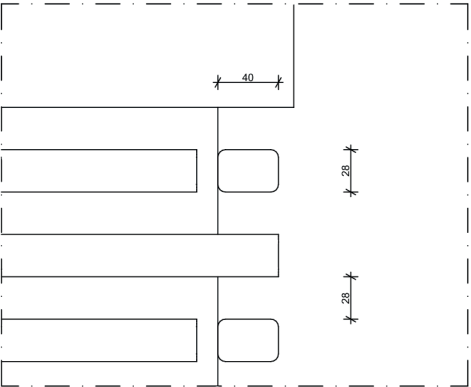
Liite 4

| | |
|--|---|
| Rakennuskohde Vesalantie 21, 33960 Pirkkala | Piirustuslaji Kalustepiirustus |
| Suunnittelija Saana Tavarez | Mittakaava 1:20 |
| Päivämäärä Opinnäytetyö 17.2.2023 | Piirustuksen sisältö Projektio B-B ja Projektio C-C |

Det 1
Terassin laudoituksen detalji



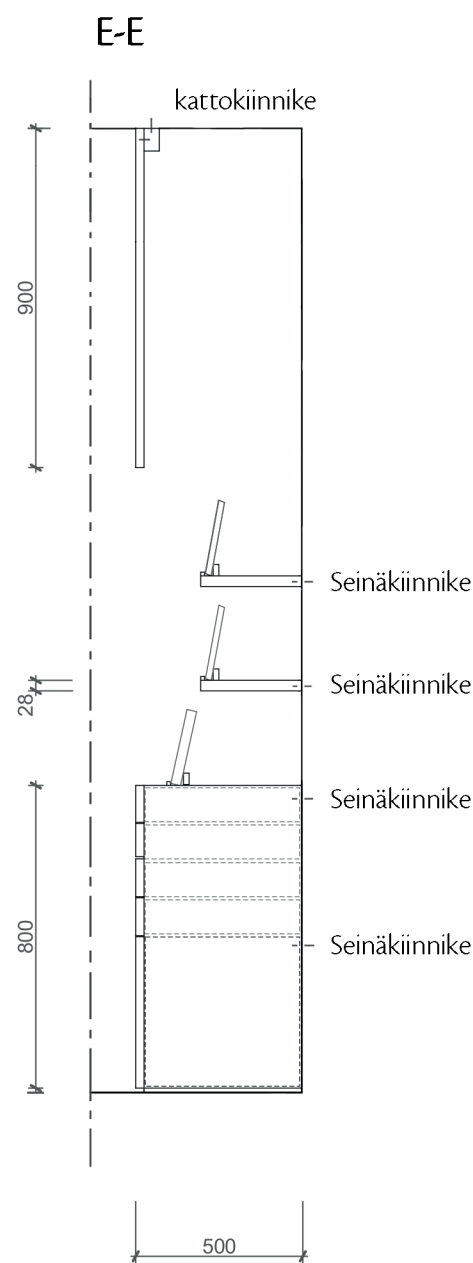
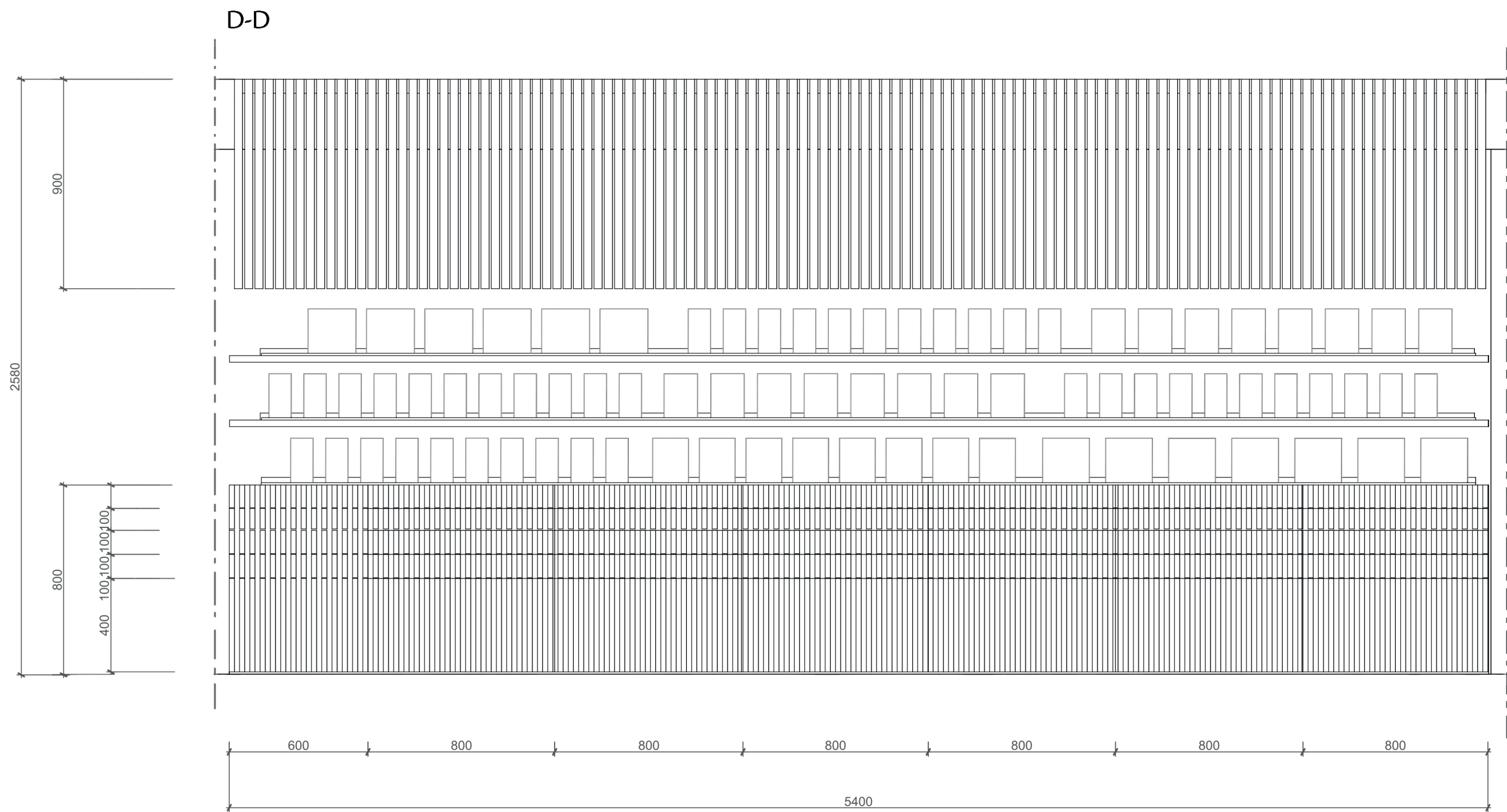
Det 2
Työpöydän rimojen asettelu detalji



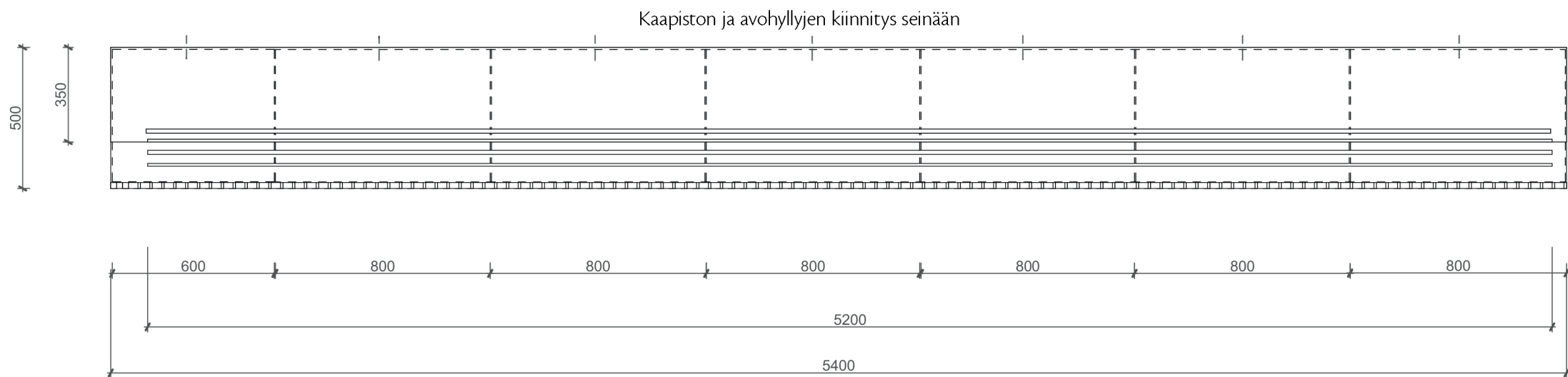
Det 1. Terassilautojen ja koristekivien välinen tila toteutetaan periaatekuvan mukaisesti.
Lämpökäsitelty mänty rima pystysuunnassa 42x42 mm ja 21x42 mm.

Liite 5

| | |
|--|---|
| <div>Rakennuskohde</div> <div>Vesalantie 21, 33960 Pirkkala</div> | <div>Piirustuslaji</div> <div>Detaljipiirustus</div> |
| <div>Suunnittelija</div> <div>Saana Tavarez</div> | <div>Mittakaava</div> <div>1:5</div> |
| <div>Päivämäärä</div> <div>Opinnäytetyö</div> <div>17.2.2023</div> | <div>Piirustuksen sisältö</div> <div>Detaljit 1-2</div> |



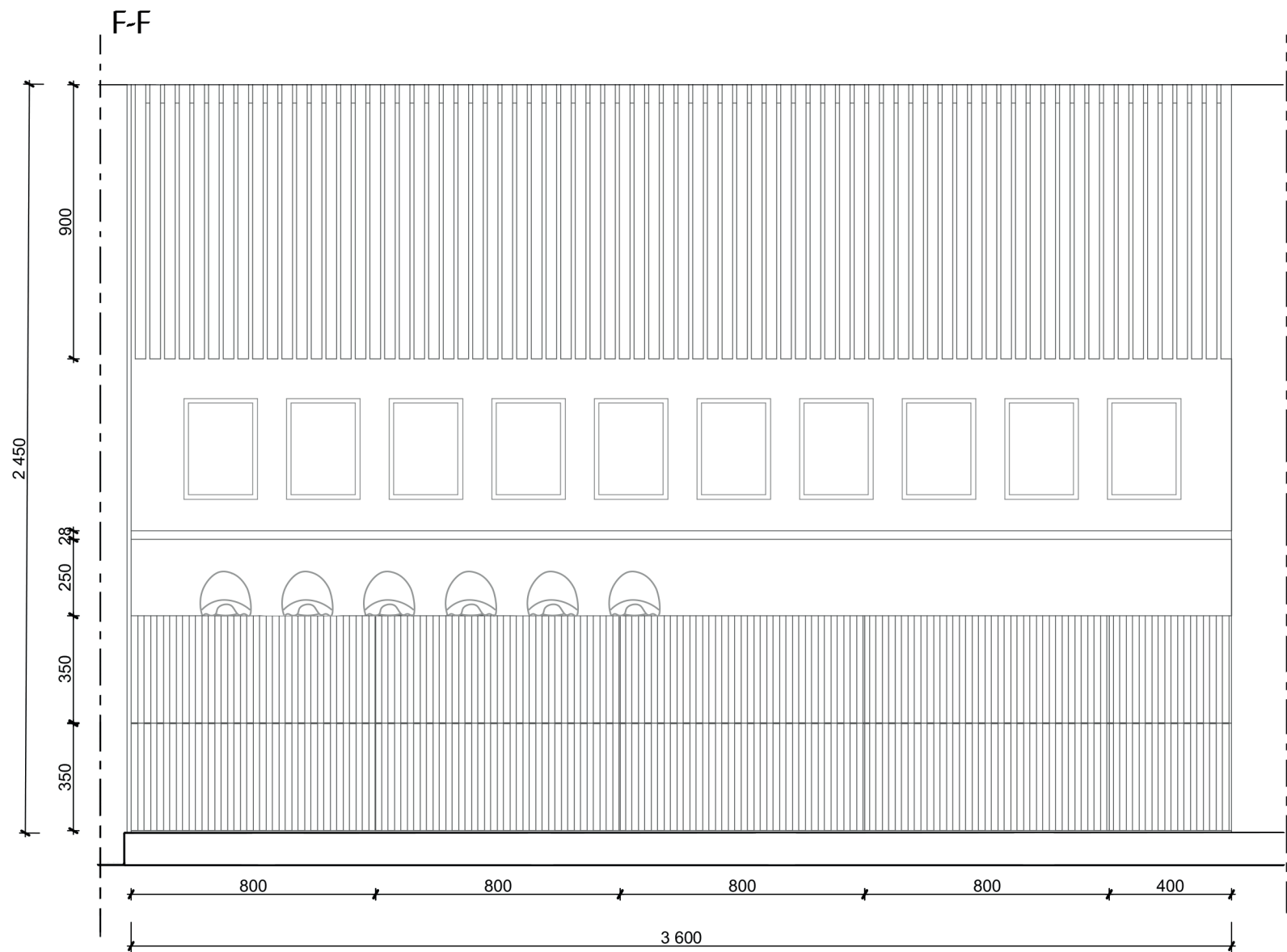
Ylhäältä



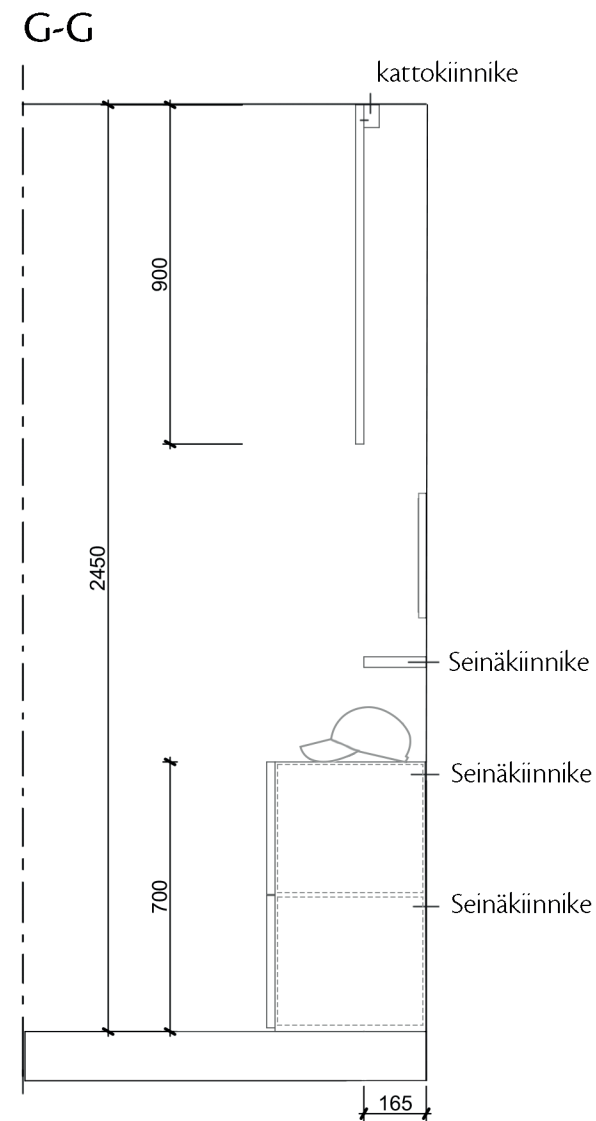
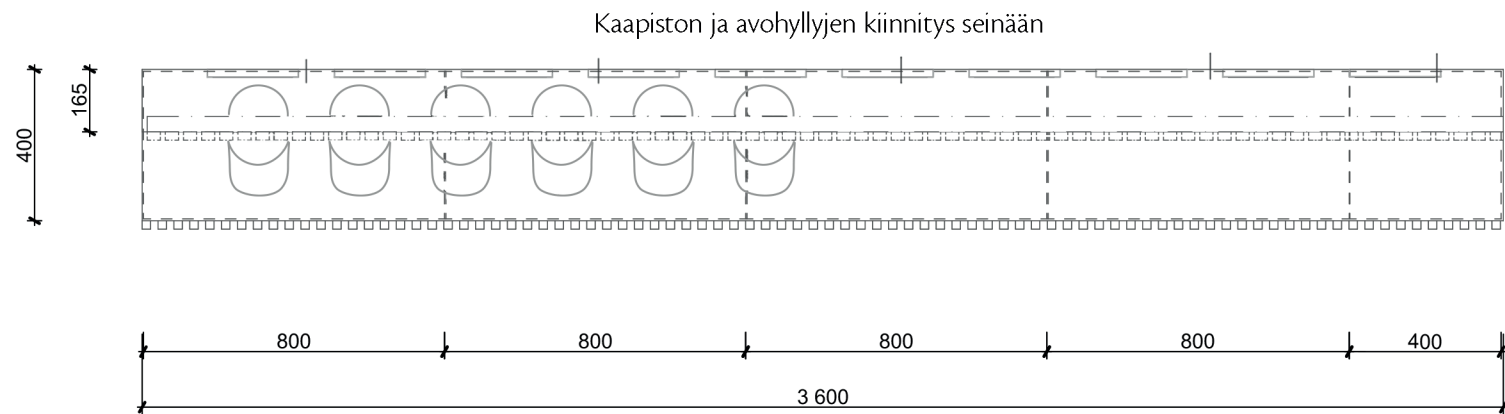
Kaikki mitat tarkistettava paikan päällä.
Puuseppä määrittää tarkemmin tarvittavat liitokset.
Hyllylevyt: Maalattu massiivipuu 28 mm, sävy Tikkurila Y500
Taso: Maalattu massiivipuu, sävy Tikkurila Y500
Lipaston ovet: Maalattu massiivipuu rima 42x42, sävy Tikkurila Y500
Runko ja näkyvät osat: Maalattu massiivipuu, sävy Tikkurila Y500
Yläpuolinen rima: Maalattu massiivipuu, sävy Tikkurila Y500

Liite 6

| | |
|---|--|
| Rakennuskohde Vesalantie 21, 33960 Pirkkala | Piirustuslaji Kalustepiirustus |
| Suunnittelija Saana Tavarez | Mittakaava 1:20 |
| Päivämäärä Opinnäytetyö 17.2.2023 | Piirustuksen sisältö Projektio D-D ja E-E |



Ylhäältä

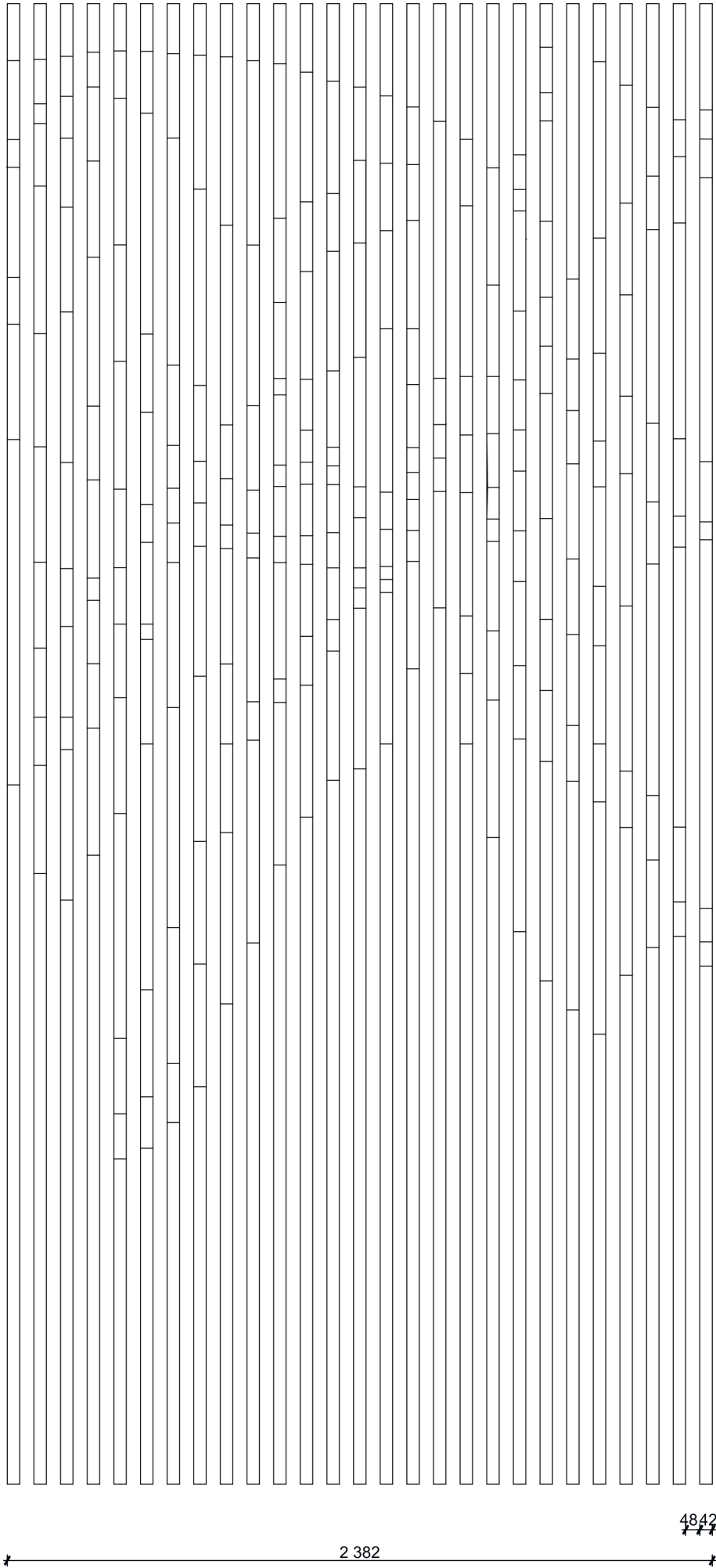


Kaikki mitat tarkistettava paikan päällä.
Puuseppä määrittää tarkemmin tarvittavat liitokset.
Hyllylevy: Maalattu massiivipuu 28 mm, sävy Tikkurila Y500
Taso: Maalattu massiivipuu, sävy Tikkurila Y500
Lipaston ovet: Maalattu massiivipuu rima 42x42, sävy Tikkurila Y500
Runko ja näkyvät osat: Maalattu massiivipuu, sävy Tikkurila Y500
Yläpuolinen rima: Maalattu massiivipuu, sävy Tikkurila Y500

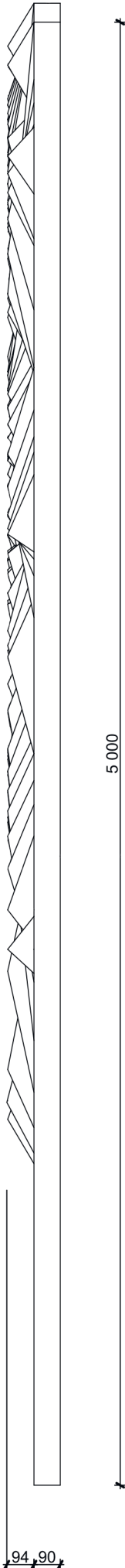
Liite 7

| | |
|---|---|
| Rakennuskohde Vesalantie 21, 33960 Pirkkala | Piirustuslaji Kalustepiirustus |
| Suunnittelija Saana Tavarez | Mittakaava 1:20 |
| Päivämäärä Opinnäytetyö 17.2.2023 | Piirustuksen sisältö Projektio F-F ja G-G |

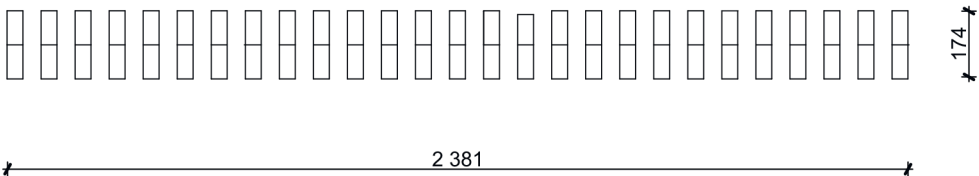
H-H



I-I



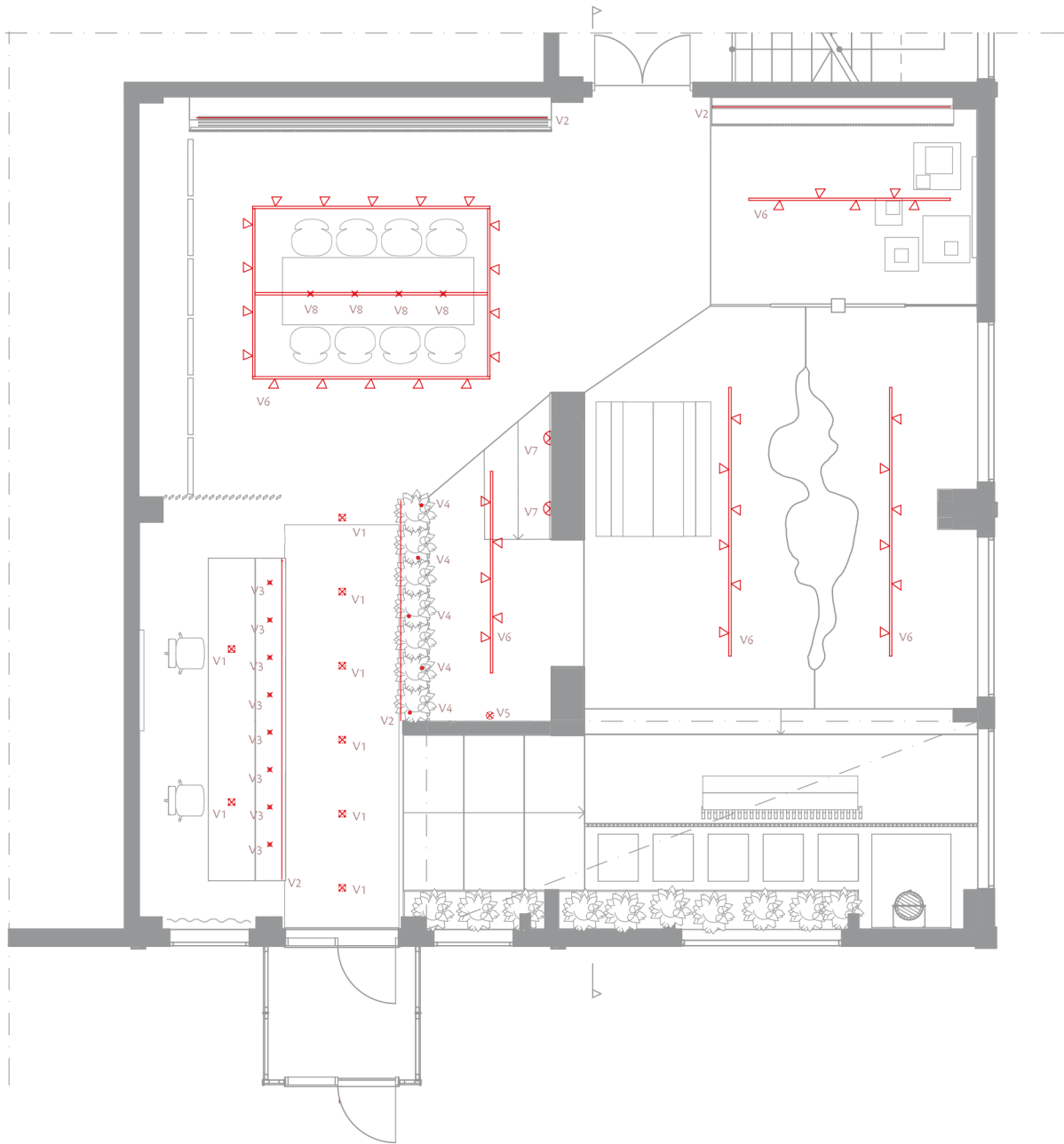
Ylhäältä



Kaikki mitat tarkistettava paikan päällä.
Puuseppä määrittää tarkemmin tarvittavat liitokset.
Materiaali: tervaleppä rima, 42x90 mm

Liite 8

| | |
|--|---|
| Rakennuskohde Vesalantie 21, 33960 Pirkkala | Piirustuslaji Kalustepiirustus |
| Suunnittelija Saana Tavarez | Mittakaava 1:20 |
| Päivämäärä Opinnäytetyö 17.2.2023 | Piirustuksen sisältö Projektiot H-H ja I-I |



- V1

Kattovalaisin upotettu, neliö
- V2

Led-valonauha
- V3

Riippuvalaisin pyöreä
- V4

Puutarhavalaisin, pyöreä
- V5

Terassivalaisin upotettu, pyöreä
- V6







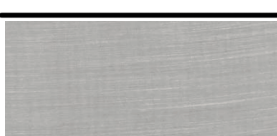

Kattokisko spottivalaisin
- V7


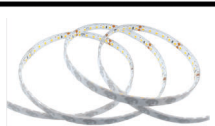






Seinävalaisin
- V8

Riippuvalaisin, neliö

Liite 9

| | |
|--|---|
| Rakennuskohde Vesalantie 21, 33960 Pirkkala | Piirustuslaji Pohjapiirustus |
| Suunnittelija Saana Tavarez | Mittakaava 1:100 |
| Päivämäärä Opinnäytetyö 17.2.2023 | Piirustuksen sisältö Valaistuspohjapiirustus |

| Kuva | Tunnus | Tila | Ominaisuus | Määrä |
|---|--------|--------------------|--|-------|
|  | T1 | Sisääntulo | James Mesh – työtuoli, 1197P, verhoilu Cura black Cu60998, mustat jalat | 2kpl |
|  | T2 | Materiaalikirjasto | Form baarituoli, 65 cm, musta teräs | 8kpl |
|  | T3 | Terassialue | Mittatilaus penkki, koko 45x200x45cm, lämpökäsitelty mänty | 2kpl |
|  | T4 | Terassialue | Mittatilaus penkki, koko 50x230x50cm, lämpökäsitelty mänty | 1kpl |
|  | P1 | Materiaalikirjasto | Mittatilaus pöytä, koko 100x280x000 cm, käsitelty massiivipuu, sävy | 1kpl |
|  | P2 | Terassialue | Mittatilaus pöytä, koko 90x200x75cm, lämpökäsitelty mänty | 1kpl |
|  | VE1 | Sisääntulo | Lauritzon Misty verho, sävy 14 sesame. Kevyt valoverho, kiinnitys valkoiseen kattokiskoon, wave-verhonauha. Valmiin verhon leveys kankaan mukaan ja mitta lattiasta kattoon. | 1kpl |
|  | K1 | Terassialue | Mittatilaus sankosuihku, lämpökäsitelty mänty | 1kpl |

| Kuva | Tunnus | Tila | Ominaisuus | Määrä |
|---|--------|--|--|-------|
|  | V1 | Sisääntulo | Led-alasvalo, Kantti, 9W, 790lm, 95x95x40mm, IP44, CRI92, suunnattava, himmennettävä | 8kpl |
|  | V2 | Sisääntulo, materiaalikirjasto ja messualue | Led-valonauha, Tunnelma, 5m, 4.8W/m, 60 led/m, IP65, himmennettävä | 4kpl |
|  | V3 | Sisääntulo | Riippuvalaisin, Tube, musta, 3W, 2700K, IP44 | 8kpl |
|  | V4 | Terassialue | Puutarhavalaisin, Luna Mini, led Grafiitti 1,5W 92lm, 46x28x-46mm, 3000K Ra>80 himmennettävä | 5kpl |
|  | V5 | Terassialue | Nemo II Mini led 170lm, 4W, 110x100mm, 3000K Ra>80 Vaihehimmennys | 1kpl |
|  | V6 | Materiaalikirjasto, messualue ja terassialue | Kiskovalaisin Best, 3-vai-he, 12W, 1080lm, 65x150mm, CRI90, valkoinen | 40kpl |
|  | V7 | Terassialue | Seinävalaisin, Fagernes led Musta, 9W 280lm, 200x128x280mm, 2700K, Ra>80 Vaihehimmennys | 2kpl |
|  | V8 | Materiaalikirjasto | Riippuvalaisin, sky, valkoinen, GU10 max 1 x 28W, 60x350mm | 4kpl |

Liite 10

| | |
|--|---|
| Rakennuskohde Vesalantie 21, 33960 Pirkkala | Luettelo |
| Suunnittelija Saana Tavarez | |
| Päivämäärä Opinnäytetyö 17.2.2023 | Piirustuksen sisältö Kaluste- ja valaistusluettelo |