

Emilia Ahonen

B590SN

DESIGN-TUOTEPERHEKONSEPTIN SUUNNITTELU PISLA OY:LLE

Opinnäytetyö
Muotoilun koulutusohjelma


Joulukuu 2014




MAMK

University of Applied Sciences

KUVAILULEHTI

	Opinnäytetyön päivämäärä
Tekijä(t) Emilia Ahonen	Koulutusohjelma ja suuntautuminen Muotoilun koulutusohjelma, teollinen muotoilu
Nimeke Design-tuoteperhekonseptin suunnittelu Pisla Oy:lle	
Tiivistelmä <p>Tämän opinnäytetyön tehtävänanto oli suunnitella suomalaisen Pisla Oy:n tuotevalikoimaan design-tuoteperhe. Tuoteperheen tuli täyttää design-tuotteen määritelmät sekä sopia Pisla Oy:n tuotevalikoimaan.</p> <p>Opinnäytetyössäni tutustutaan muotoiluprosessimalleihin, pohditaan, mitä design tuotteella tarkoitetaan ja perehdytään brändäykseen. Opinnäytetyön aikana myös selvitetään, mitä tuoteperheellä tarkoitetaan ja mitä etua tuoteperesuunnittelusta on muotoilijalle.</p> <p>Opinnäytetyössäni kerrotaan, millainen muotoiluprosessini kokonaisuudessaan on ja mitä työkaluja käytin suunnittelussa apuna. Lopputuloksena on tuoteperhe, joka on suunniteltu Pisla Oy:n tuotekategoriaan sopivaksi.</p>	
Asiasanat (avainsanat) Tuoteperhe, design-tuote, teollinen muotoilu	
Sivumäärä 40	Kieli Suomi
Huomautus (huomautukset liitteistä)	
Ohjaavan opettajan nimi Anssi Ahonen	Opinnäytetyön toimeksiantaja Pisla Oy

DESCRIPTION

	Date of the bachelor's thesis
Author(s) Emilia Ahonen	Degree programme and option Degree programme in design, Industrial Design
Name of the bachelor's thesis Product family concept designing for Pisla Oy	
Abstract <p>The purpose of this bachelor thesis was to design a product family for a Finnish company called Pisla Oy. The product family should meet the criteria of a design product and suit Pislá's existing product range.</p> <p>During this thesis I familiarized myself with different design process models, the criteria for a design product and branding. The idea of a product family was studied and I also consider what benefits there are for a designer to design a product family.</p> <p>In the report I present the entire design process the tools I used during this process.</p> <p>This thesis results in a product family which suits Pislá Oy's existing product range and can be called a design product.</p>	
Subject headings, (keywords) Product family, design product, industrial design	
Pages 40	Language Finnish
Remarks, notes on appendices	
Tutor Anssi Ahonen	Bachelor's thesis assigned by Pislá Oy

SISÄLTÖ

1	JOHDANTO	1
2	PISLA OY JA TEHTÄVÄNANTO.....	1
2.1	Tehtävänanto.....	2
2.2	Pisla Oy:n tuotekategoriat.....	2
2.2.1	Kaihtimet ja markiisit	2
2.2.2	Kylpyhuonetuotteet.....	3
2.2.3	HTT-tulisijatuotteet ja kotakeittiöt	4
2.2.4	Takorautatuotteet	5
2.2.5	Saunatuotteet.....	5
2.2.6	Heloitukset ja haat.....	6
2.2.7	Pienrautatuotteet	7
2.2.8	Yhteenvedo tuotekategorioista	7
3	MÄÄRITELMIÄ MUOTOILUSTA	8
3.1	Mitä teollinen muotoilu on?.....	8
3.2	Muotoiluprosessimallit	9
3.2.1	Kettusen kolmen vaiheen muotoiluprosessimalli	9
3.2.2	Muotoiluprosessi Karl Aspelundin mukaan.....	9
3.2.3	Omia mielipiteitäni muotoiluprosessista.....	10
3.3	Mitä on hyvä muotoilu ja mitä tarkoitetaan design-tuotteella?	11
3.4	Brändäys	12
3.4.1	Henkilöbrändäys	13
3.4.2	Brändi yrityksille ja brändiarvo	14
3.4.3	Brändin hyödyntäminen opinnäytetyössäni	15
4	TUOTEPERHE	15
4.1	Mitä tuoteperhe tarkoittaa?.....	15
4.2	Mikä tuoteperheissä viehättää?.....	17
4.3	Tuoteperhesuunnittelun hyödyt muotoilijalle.....	19
5	MUOTOILUPROSESSI	20
5.1	Benchmarking ja moodboardit	20
5.2	Ajatuskartat.....	22
5.3	Luonnostelu	22
5.4	Tuotekonseptien valinta ja mallinnus	24

5.4.1	Tappinaulakot	24
5.4.2	Seinäsäilyttimet.....	25
5.4.3	Puutarhatuoteperhe	26
5.4.4	Lehvästö-ripustintuoteperhe	27
5.4.5	Kattokruununaulakko.....	28
5.4.6	Hauskat henkarit	29
5.5	Pisla Oy:n palaute konsepteista	29
5.6	Omia mietteitäni palautteesta	30
6	TUOTEPERHEKONSEPTIN VIIMEISTELY	30
6.1	Valittujen konseptien analysointia.....	31
6.2	Uusien ideoiden luonnostelu.....	31
6.3	Suunnittelua hahmomallin avulla	32
6.4	Uusien seinäsäilyttimien mallintaminen.....	34
6.5	Esityskuvien tekeminen ja ilmeen luominen konseptille.....	36
6.6	Yrityksen mielipiteet Siru-ruukkujärjestelmästä	39
7	POHDINTA	40
	LÄHTEET	41
	KUVIEN LÄHTEET.....	42
	LIITE	
	1 Kuvia valmiista konseptista	

1 JOHDANTO

Tämän opinnäytetyön aiheena on suunnitella suomalaiselle Pisla Oy:lle design-tuoteperhe. Suunniteltavan tuoteperheen tulee täyttää design-tuotteen vaatimukset sekä sopia Pisla Oy:n jo olemassa olevaan tuotetarjontaan.

Opinnäytetyössäni tutkin sitä, mitä ominaisuuksia design-tuotteelta vaaditaan. Tutustun brändäykseen, joka mielestäni liittyy tiiviisti design-tuotteisiin ja niiden markkinointiin. Käytän brändäystä opinnäytetyössäni saavuttaakseni suunnittelussa design-tuotteen ominaisuudet. Tärkeä osa opinnäytetyötäni on tuoteperheiden ymmärtäminen. Pohdin sitä, mitä tuoteperheellä tarkoitetaan, sekä mietin, mitä hyötyä tuoteperhesuunnittelusta on yritykselle ja minulle muotoilijana. Käytän tutkimiani osa-alueita hyödyksi suunnitteluprojektissani.

Selvitän opinnäytetyössäni oman muotoiluprosessini kulkua. Kerron työkaluista ja ajatusmalleista joita prosessin aikana käytän. Ideoinnin apuna käytän ajatuskarttoja, luonnoksia sekä moodboardoja. Varsinaisessa suunnitteluvaiheessa tulen käyttämään apuna hahmomalleja sekä mallinnusohjelmia. Lopussa teen viimeistellyn tuoteperhekonseptin Pisla Oy:lle. Tavoitteenani on luoda tuoteperhe-konsepti, joka sopii Pisla Oy:n tuote valikoimaan ja johon itse olen tyytyväinen.

2 PISLA OY JA TEHTÄVÄNANTO

Viitasaarella 1976 perustettu Pisla Oy aloitti pienenä metalliosien tuottajana, mutta nykyinen tuotevalikoima on huomattavasti laajempi. Yrityksellä on Suomen päätoimipisteen lisäksi tytäryhtiöt Venäjällä, Puolassa ja Slovakiassa. Pisla Oy:n mainosesitteestä käy ilmi, että yrityksen missio on tukea asiakkaita ja auttaa heitä menestymään omalla alallaan. Heidän visionsa on tulla johtavaksi toimittajaksi Baltian meren alueella, sekä taata toimitettavuus ja tuotettavuus asiakkailleen. Pisla Oy:n arvoja ovat luotettavuus, jatkuva kehitys, tuloskeskeisyys, vahva asiakaskeskeisyys sekä eettisesti ja moraalisesti kestävä kumppanuus. (Pisla Oy 2014a.)

Pislan tuotteiden päämateriaali on edelleen metalli. Metallituotteiden valmistus tapahtuu Viitasaaren toimipisteessä. Alihankintana yritys pystyy valmistuttamaan tuotteita

myös puusta ja muovista. Suomessa Pislä Oy tunnetaan erityisesti rautakaupoissa myytävistä pienrautatuotteista sekä tuotteiden valkopunaisesta pakkauksesta. Heidän tuotekategoriaansa kuuluvat myös kotauunit, markiisit, sauna- sekä kylpyhuonetuotteet ja erilaiset valurautatuotteet. Yritys pyrkii muokkaamaan imagoaan ja haluaa kehittää design tuoteperhettään. Pislä Oy toivoo, että heidät tunnettaisiin myös tuotteistaan, eikä ainoastaan rautakauppojen punavalkoisista paketeista. (Pislä Oy 2014a.)

2.1 Tehtävänanto

Ensimmäinen tehtävänanto Pislä Oy:ltä oli suunnitella joko saunatuoteperhe tai naulakko- ja ripustintuoteperhe. Valitsin alustavasti naulakko- ja ripustinperheen suunnittelun. Kävin vierailulla Pislä Oy:n tehtaalla Viitasaarella 27.3.2014. Tutustuin tehtaan tuotantotiloihin tuotepäällikkö Marko Paanasen ja markkinointipäällikön Mika Sandelinin johdolla. Tehdaskierroksen jälkeen keskustelimme siitä, mitä toiveita yrityksellä on, sekä mitä mieltä minä olen tehtävänannosta. Yrityksen toive on saada valikoimaansa lisää designtuotteita. Pislä Oy haluaa uudistaa imagoaan ja tulla tunnetuksi tuotteidensa laadun kautta. Maaliskuussa 2014 Pislä Oy lanseerasi ED-Designin kanssa toteutetun saunatuoteperheen, joka oli osa tätä uutta linjausta (Pislä Oy 2014b).

Yrityksen edustajat toivoivat, että suunnittelisi rohkeasti uusia ideoita mihin tahansa heidän tuotekategorioistaan tai loisin täysin uuden kategorian, joka sopisi heidän olemassa olevien tuotteidensa pariin. Erityisesti yrityksen edustajat painottivat sitä, että tuotteen suunnittelun tulee lähteä käytännöllisyydestä, mutta siinä tulisi olla myös ominaisuus, joka kertoo sen olevan design-tuote. Design-tuotteen ominaisuuksiksi keskustelussa luokiteltiin esimerkiksi wow-efekti sekä tuotteen omaperäisyys.

2.2 Pislä Oy:n tuotekategoriat

Suomalainen Pislä Oy on tuoteportfolioltaan hyvin laaja yritys. Heillä on sekä omaa tuotantoa, että jälleenmyyntituotteita. Tuotteita yhdistää kuitenkin se, että ne liittyvät asumiseen, rakentamiseen ja sisustamiseen. Pislällä vierailun aikana kävi ilmi, että suosituimmat tuotekategoriat heillä ovat saunatuotteet, ripustimet sekä naulakot.

2.2.1 Kaihtimet ja markiisit

Pislalla on hyvin laaja valikoima erilaisia kaihtimia sekä pimennysverhoja. Materiaalina on pääasiassa kangas, josta löytyy sekä laskoskaihtimia että rullaverhoja. Mielenkiintoinen kategoria on rullakaihtimet, johon kuosi- ja muotisuunnittelija Jukka Rintala on tehnyt oman mallistonsa Design by Jukka Rintala. Rintalan suunnittelemissa verhoista on mainoskuvat kuvassa numero yksi. Verhojen lisäksi Pisla myy myös verhoihin liittyviä asennus ja kiinnitys tarvikkeita. Perinteisille verhoille Pisla tarjoaa laajan skaalan erilaisia kiinnitystankoja.



KUVA 1. Jukka Rintalan suunnittelemissa verhoissa (Pisla Oy 2014, kollaasi Ahonen)

2.2.2 Kylpyhuonetuotteet

Kylpyhuonetuotekategoriaan kuuluu paljon erilaisia brändejä, joita Pisla jälleenmyy. Brändejä ovat esimerkiksi Tiger, Sealskin, Sanwood sekä Novaservis, jotka tarjoavat erilaisia säilytys- ja sisustusratkaisuja kylpyhuonetiloihin. Pislalla on myös omaa tuotantoa kylpyhuoneisiin. Pislän tuotteet ovat metallisia koukkuja ja telineitä jotka noudattavat hyvin tavallista muotokieltä. Erilaisten ripustimien ja säilyttimien lisäksi kategoriassa on lääkekaappeja, roskakoreja, peilejä sekä suihkuverhoja.



KUVA 2. Pislän kylpyhuonetuote valikoimaa (Pislä Oy 2014, kollaasi Ahonen)

2.2.3 HTT-tulisijatuotteet ja kotakeittiöt

Pislän tulisijatuotteet edustavat perinteisempää takorautaista linjaa. Tuotekategoriaan kuuluu monissa suomalaisissa talouksissa tuttuja uuninluukkuja. Luukkujen lisäksi Pislä myy myös kokonaisia kamiinoita ja paistouuneja. Tulisijatarvikkeet kuten halkokorit ja erilaiset takanhoitotarvikkeet kuuluvat valikoimaan. Kotakeittiöt ovat terasseille tai pihalle sijoitettavia valmiita ruuanlaittoratkaisuja (Kotakeittiö 2014).



KUVA 3. Esimerkkejä tulisijatuotteista ja kotakeittiöistä (Pislä Oy 2014, kollaasi Ahonen)

2.2.4 Takorautatuotteet

Takorautatuotteet tarjoavat kestäviä ja perinteisiä sisustusratkaisuja. Kategoriaan kuuluu erilaisia vetimiä, kahvoja, ripustimia sekä koristeellisia sisustusesineitä.



KUVA 4. Erilaisia takorautaisia sisustustuotteita (Pisla Oy 2014, kollaasi Aho-nen)

2.2.5 Saunatuotteet

Yksi Pisla oy:n myyvimmistä tuotekategorioista on saunatuotteet. Osasto pitää sisäl-lään niin tuontitavaraa kuin Pislän omaa tuotantoa. ED-Design suunnitteli Pislalle saunatuoteperheen kevääksi 2014 (Pisla Oy 2014b). Mielestäni tuotekategoria on jo hyvin kattava ja tarjoaa niin perinteisiä kuin modernejakin vaihtoehtoja, joten päätin, että valitsen suunnittelun kohteeksi jonkun toisen tuotekategorian.



KUVA 5. Pislän saunatuote valikoimaa (Pislä Oy 2014, kollaasi Ahonen)

2.2.6 Heloitukset ja haat

Heloituskategoria pitää sisällään muun muassa vetimet, kannattimet, ovenrajoittimet, vaatenaulakot ja -koukut. Valitsin jo ennen vierailua Pislällä suunnittelun kohteeksi vaatenaulakot ja -koukut. Vaatenaulakot kuuluvat Pislän eniten myytäviin tuotteisiin. Naulakko on esine, jolle on tarvetta useassa eri huoneessa jokaisessa kodissa. Mielestäni naulakko on myös elementti, josta on helposti muotoiltavissa erilaisia variaatioita ja malleja.



KUVA 6. Heloitukset ja haat ovat tuoteryhmänä laaja (Pislä Oy 2014, kollaasi Ahonen)

2.2.7 Pienrautat tuotteet

Pienrautat tuotteet on kategoria, josta Pislä Oy on tunnettu. Jokaisessa suomalaisessa rautakaupassa Pislän punavalkeat pussit ovat tuttu näky. Pienrautat tuotteisiin lukeutuu muun muassa koukut, naulat, ruuvit, ketjut ja nippusiteet.



KUVA 7. Pislän tunnetuin tuote: pienrautat tuotteet punavalkoisessa pussissa (Ahonen 2014)

2.2.8 Yhteenveto tuotekategorioista

Kuten yllä olevasta listauksesta luvussa 2.2 käy ilmi, Pislä Oy:n tuotevalikoima on todella laaja. Heillä on valikoimassaan rakentamiseen ja sisustamiseen monenlaisia ratkaisuja. Koska tehtävänantoa laajennettiin siten, että voin suunnitella mihin tahansa tuotekategoriaan, tai luoda uuden tuotekategorian tehtävä vaikeutui huomattavasti. Mielestäni muotoiluprosessi on helpompi aloittaa jos suunnittelun aihe on rajatumpi. Tuotekategorioiden laajuudesta johtuen otin pääsuunnittelukohteekseni ripustimet ja naulakot. Päätin pitää kuitenkin mieleni avoinna, ja mikäli ideoin muihin tuotekategorioihin jotakin, en rajaisi niitä ainakaan aluksi pois.

3 MÄÄRITELMIÄ MUOTOILUSTA

Pyrin selvittämään tulevissa luvuissa 3.1- 3.3 teollisen muotoilun, muotoilun sekä designin määritelmiä. Opinnäytetyöni tehtävänannon kannalta on tärkeää ymmärtää, mitä tarkoitetaan designilla ja muotoilulla. Suunnitteluprojektiani ohjaavat myös design-esineen kriteerit, jotka käyn läpi luvussa 3.3. Mielestäni brändäys on tärkeä osa design-tuotteita, koska brändäyksen avulla design-tuotteiden ympärille luodaan tarinaa sekä mielikuvia. Käyn läpi brändäystä muotoilijan näkökulmasta luvussa 3.4.

3.1 Mitä teollinen muotoilu on?

Teollisella muotoilulla tarkoitetaan teollisesti valmistettavan tuotteen suunnittelua (Metropolia 2014). Teollisen muotoilijan tehtäviin kuuluu tuotteen visuaalisuuden ja toiminnallisuuden suunnittelu. Teollinen muotoilija voi olla myös osa tuotteen ympärille suunnitellun palvelun suunnittelua. (Elka 2014.) Muotoilu käsitteenä taas on hyvin laaja. Muotoilulla voidaan tarkoittaa kaikkea taideteollista toimintaa taidekäsityöstä teolliseen muotoiluun. (Lehtinen 1994,8.)

Opinnäytetyöni tulee olemaan hyvin perinteinen teollisen muotoilun projekti. Projektissani on tehtävänannon antanut yritys, jolla on valmiudet valmistaa tuotteita teollisesti massatuotantona. Keskeisin tehtävä teollisessa muotoilussa on kehittää tuoteideasta kaupallinen ja markkinoitava tuote (Hohti 2011,10). Päämääräni tässä opinnäytetyössä on suunnitella tuoteperhe, joka sopisi Pislän tuotevalikoimaan. Onnistuneesti muotoiltu tuote ottaa huomioon valmistajan tuotannolliset, kaupalliset sekä logistiset vaatimukset. Tuotteen tulee myös ottaa huomioon käyttäjien tarpeet. (Hohti 2011,10) Opinnäytetyössäni suunnitteluprojektin laajuudelle haasteita ja rajoitteita asettaa rajallinen aikataulu.

Aloittaessani suunnittelun kiinnitän huomiota Pislän toimintatapoihin, tuotantomeneelmiin sekä heidän käyttämiinsä materiaaleihin. Sen lisäksi mietin ketkä ovat suunnittelemani tuotteen loppukäyttäjät, ja millaisessa ympäristössä he tuotetta käyttävät.

Yleensä muotoilu ymmärretään klassikoiden kuten Aalto-maljakon ja pallotuolin kautta, mutta muotoilua on yhtälailla myös arkipäiväisissä esineissä kuten saksissa, kaukosäätimissä ja astioissa (Hohti 2011,10).

3.2 Muotoiluprosessimallit

Uuden tuotteen suunnittelu on muotoilijalle monivaiheinen ja luova prosessi. Prosessin alku ja eri vaiheet vaihtelevat tehtävänannon, yhdessä toimittavien tahojen sekä esimerkiksi materiaalin mukaan. Muotoiluprosessista on kehitetty muutamia kaavoja, jotka antavat käsityksen siitä, millainen muotoilijan osa on uuden tuotteen suunnitteluprosessissa.

3.2.1 Kettusen kolmen vaiheen muotoiluprosessimalli

Kettunen jakaa kirjassaan *Muodon palapeli* (2001) muotoiluprosessin kolmeen eri vaiheeseen: tuotehaku, konseptimuotoilu sekä tuotemuotoilu. Tuotehakuvaiheessa tutustutaan suunnittelun aiheeseen, kohderyhmään ja mietitään tuotteen tavoitteita. Konseptimuotoiluvaiheeseen siirrytään, kun pohjatutkimusta on tehty tarpeeksi tuotehakuvaiheessa. Konseptimuotoiluvaiheessa aloitetaan tuotteen varsinainen suunnittelu. Konseptimuotoiluvaiheessa voi käyttää apuna esimerkiksi skenaarioita, jotka ovat ns. tuotekertomuksia joilla havainnollistetaan sitä, miten loppukäyttäjä tuotteen kanssa toimii. Omasta mielestäni konseptimuotoiluvaiheeseen kuuluu tuotteen visualisointi siten, että kaikki tuotesuunnitteluun osallistuvat henkilöt ymmärtävät, mistä siinä on kyse. Konseptimuotoiluvaiheessa myös testataan tuotteen toimivuutta. Tuotetestausta voi tehdä joko virtuaalisesti, tai esimerkiksi rakentamalla tuotteesta hahmomallin.

Viimeinen vaihe Kettusen (2001) muotoiluprosessi mallissa on tuotemuotoilu. Viimeisessä vaiheessa tuote viimeistellään sellaisiksi, että sitä voidaan alkaa valmistaa. Kettusen kolmen vaiheen malli on hyvin yksinkertainen ja lineaarinen tapa esittää muotoiluprosessi. Ihanteellisessa tilanteessa ei tarvittaisikaan muuta kuin nämä kolme vaihetta ja tuote olisi valmis. Usein muotoiluprosessissa kuitenkin joudutaan palaamaan takaisin päin, kun huomataan että joku asia suunnittelussa ei toimi.

3.2.2 Muotoiluprosessi Karl Aspelundin mukaan

Aspelund jakaa kirjassaan *Design Process* (2010), johon tämä koko luku 3.2.2 perustuu, muotoiluprosessin seitsemään osaan. Aspelundin muotoiluprosessi on melko samanlainen kuin Kettusen, mutta se on hieman laajempi ja esittää mielestäni paremmin

muotoiluprosessin luovan luonteen. Aspelundin muotoiluprosessi alkaa inspiraatiosta ja sen etsimisestä.

Inspiraation löydyttyä vuorossa on tunnistaminen. Tunnistusvaiheessa muotoilija tutustuu tehtävänantoon ja pyrkii selvittämään, mitä mahdollisuuksia ja rajoituksia suunnitteluprojekti hänelle tarjoaa. Muotoilijan tulee esimerkiksi miettiä, mitkä työkalut ja materiaalit hänellä on käytössä. Millaisen yrityksen kanssa hän toimii, millainen on projektin budjetti? Keitä asiakkaat ovat ja kuka tuotetta lopulta käyttää ja miten?

Kun muotoilija on löytänyt keskeisimmät kysymykset muotoiluprojektiansa koskien, on aika siirtyä konseptointivaiheeseen. Konseptointivaiheessa pyritään vastaamaan tutkimusvaiheessa esitettyihin kysymyksiin. Aspelund kannusta käyttämään konseptointivaiheessa apuna esimerkiksi brainstormingia sekä moodboardeja ja ajatuskarttoja joiden avulla ajatukset ja ideat on helppo kerätä visuaaliseksi kokonaisuudeksi. Konseptointivaihetta seuraa tutkimus/hienosäätövaihe. Konseptointivaiheessa kerätyt ideat hienosäädetään ja ne visualisoidaan siten että ne voi esitellä muille niin että he ymmärtävät pääkohdat ideoista.

Seuraavana on määrittely- ja mallintamisvaihe. Konseptointivaiheessa inspiraatiosta syntyi ideoita, ja määrittely- ja mallintamisvaiheessa niistä tehdään tarkat mallit. Määrittely- ja mallintamisvaihe sisältää myös paljon päätöksen tekoa, sillä muotoilijan tulee päättää, mitä hän haluaa ideoissaan säilyttää. Mikä on tärkeää ja mikä toisarvoista?

Kuudes vaihe on kommunikointi. Kommunikointivaiheeseen kuuluu ideoiden ja konseptien esittely muille, sekä mielipiteiden kerääminen. Projektista riippuen mielipiteitä ja arvioita voi kerätä kollegoilta, yhteistyökumppaniyrityksiltä tai tulevilta käyttäjiltä. Viimeisenä vaiheena Aspelundin seitsemän askeleen muotoiluprosessissa on valmistus. Hän sisällyttää valmistusvaiheeseen pelkän valmiin tuotteen valmistamisen lisäksi prototyyppien valmistuksen ja testauksen.

3.2.3 Omia mielipiteitäni muotoiluprosessista

Jokainen muotoiluprosessi on erilainen, riippuen siitä, millaisia toimijoita siinä on mukana. Prosessiin vaikuttaa myös merkittävästi se, onko kyseessä työskentely työ-

ryhmässä vai onko muotoilija yksin. Huomioon pitää ottaa myös työskentelyyn vaikuttavat rajoitteet, kuten käytettävät materiaalit ja mahdollisen yhteistyökumppaniyrityksen vaatimukset.

Aspelund (2010) ja Kettunen (2001) ovat molemmat pyrkineet luomaan muotoiluprosessista helposti ymmärrettävän lineaarisen kokonaisuuden. Todellisuudessa muotoilija saattaa kuitenkin käydä nämä edellä esitetyt portaat eri järjestyksessä, tai joutuu palaamaan ensimmäisiin vaiheisiin suunnitteluprojektin ollessa jo pitkällä.

Opinnäytetyössäni on selkeä tehtävänanto ja yksi yhteistyöyritys. Teen suunnittelutyötä itsenäisesti. Suurimmat rajoitteet muotoiluprosessilleni olen asettanut minä itse. Minulla on omat henkilökohtaiset laatuvaatimukset, joita pyrin noudattamaan. Yritän noudattaa edellä esiteltyjä muotoiluprosessi malleja melko lineaarisesti, jotta yhteistyö Pislä Oy:n kanssa olisi mahdollisimman mutkatonta ja selkeää. Haluan myös itselleni kokemuksen perinteisestä tuotteen konseptisuunnitteluprojektista

3.3 Mitä on hyvä muotoilu ja mitä tarkoitetaan design-tuotteella?

Pislä Oy haluaa kehittyä yrityksenä siihen suuntaan, että heidät tunnettaisiin suomalaisista design tuotteista. Jotta minulla olisi suunnittelussa selkeä suunta, selvitän tässä luvussa 3.3 mitä designilla yleensä tarkoitetaan ja mihin sillä pyritään.

Design suomennetaan usein sanalla muotoilu. Designille on kuitenkin muodostunut oma merkityksensä suomenkielessä, jota ei voi täysin korvata sanalla muotoilu.

Suomenkielinen sana muotoilu käsitetään usein perinteisenä käsityöläisyytenä, mikä ei riitä kattamaan designin merkitystä. (Huhtamo 2012, 92.)

Designin nähdään yhdistävän muotoilua, suunnittelua sekä innovatiivisuutta. Designin ymmärretään vaikuttavan myös loppukäyttäjän käyttäjäkokemukseen. Suomalaiset yritykset ovat lähivuosina mieltäneet designin tärkeäksi osaksi omaa toimintaansa. (Eljala 2013.) Omasta mielestäni nämä ominaisuudet ovat myös muotoilulla. Mielestäni design sanaan liittyy korkealentoisuus, erikoiset ideat, wow-efekti sekä usein kallis hinta.

Muotoilu sanana voidaan taas käsittää paljon laajemmin. Muotoilu voi olla käsityötä, kuten esimerkiksi puutyötä tai keramiikkaa. Toisaalta taas muotoilu sanana kattaa myös designin korkean statusarvon. Mielestäni design-tuotteiden lähtökohta on se, että ne ovat tavallisia tuotteita korkeammalle nostettuna. Kun omistaa design-tuotteen, saa itselleen henkistä lisäarvoa, tai tuntuu siitä että kuuluu johonkin tiettyyn ryhmään. Nämä mielikuvat, jotka liittyvät design-tuotteisiin, luodaan brändäyksellä. Brändäykseen tutustun tarkemmin luvussa 3.4. Voisi siis sanoa, että design on ilmiö, joka on osa muotoilua.

Designin avulla yritykset pyrkivät erottumaan kilpailijoistaan (Eljala 2013). Pislä Oy:n ongelma on ollut se, ettei heidän yritystään tunneta muusta, kuin pienrautatavarasta. Pislä Oy pyrkii saamaan tunnettavuutta designin kautta. Yhteistyö Ed-designin ja Jukka Rintalan kanssa on ollut alku brändin uudelleen rakentamiselle. Pislä Oy:lla on myös oma suunnittelija, joka on suunnitellut muun muassa useita saunatuotteita. Design tuotteiden kehittäminen Pislällä onkin keskittynyt tähän mennessä lähinnä heidän saunatuotteisiinsa.

Saksalainen teollinen muotoilija Dieter Rams (Vitsoe 2014) on määritellyt hyvän muotoilun kymmenen sääntöä seuraavasti:

Hyvä muotoilu on innovatiivista. Hyvä muotoilu tekee tuotteesta hyödyllisen. Hyvä muotoilu on esteettistä. Hyvä muotoilu tekee tuotteesta ymmärrettävän. Hyvä muotoilu on huomaamatonta. Hyvä muotoilu on rehellistä. Hyvä muotoilu kestää aikaa. Hyvä muotoilu on perusteellista viimeistä yksityiskohtaa myöten. Hyvä muotoilu on ympäristöystävällistä. Hyvä muotoilu on niin vähän muotoilua kuin mahdollista. (Wikipedia 2014.)

Rams painottaa muotoilun käyttäjälähtöisiä puolia. Tuotteet tulee suunnitella niin, että loppukäyttäjä ei jää miettimään tuotteen suunnittelua, vaan käyttää sitä huolettomasti ja vaivattomasti. Itselleni tärkeä suunnittelun ja muotoilun lähtökohta on ympäristöystävällisyys, jonka pyrin ottamaan huomioon kaikissa suunnittelun vaiheissa.

3.4 Brändäys

Kuten mainitsin luvussa 3.3, design-tuotteisiin liittyy usein vahvat mielikuvat, jotka myydään osana tuotetta asiakkaalle. Ei siis riitä, että jotakin esinettä sanotaan desig-

niksi, vaan sen ympärille tulee myös rakentaa tarina tai mielikuvia, jotka lisäävät tuotteen arvoa ja tekee siitä asiakkaan silmissä design-tuotteen. Tätä mielikuvien ja tarinan rakentamista kutsutaan brändäykseksi. Brändäys tarkoittaa kohteen arvon lisäämistä (Gad 2001, 29).

3.4.1 Henkilöbrändäys

Suomesta tehdyissä mielikuvatutkimuksissa nousee esiin luonto sekä design (Suonio 2010, 126). Monet suomalaiset muotoilijat ovat ottaneet inspiraationsa luonnosta ja luoneet sitä kautta ympärilleen brändin. Hyvä esimerkki tästä on Tapio Wirkkala. Wirkkala oli hahmo, joka asui erämökissä Lapissa ja ammensi inspiraationsa jäästä ja virtaavasta vedestä. Wirkkalan ympärille rakentui mystisiä mielikuvia jotka värittivät hänen muotoilemiaan tuotteita. Kun näkee Wirkkalan suunnitteleman tuotteen, pystyy hyvin helposti kuvittelemaan Lapin erämaat ja virtaavan veden. Nämä mielikuvat ovat osa henkilöbrändiä ja tuovat lisäarvoa Wirkkalan suunnittelemiin tuotteisiin.



KUVA 8. Esimerkkejä Wirkkalan töistä (Finnish design shop ja Kultakeskus Oy 2014, kollaasi Ahonen)

Nykyään työnhaku ja kontaktien luominen tapahtuu useimmiten Internetissä. Henkilöbrändin luominen on siis sekä mahdollista, että hyödyllistä. Itsensä brändäykseen voi vaikuttaa sillä, mitä viestii sosiaalisessa mediassa, kirjoittaako blogia ja esimerkiksi millainen portfolio on.

3.4.2 Brändi yrityksille ja brändiarvo

Yleisimmin brändi liitetään yrityksiin. Brändi on jonkin tavaramerkin ympärille muodostunut maine. Brändiin vaikuttavat asiakkaiden merkkiuskollisuus, logon tunnettavuus, brändiin yhdistetty laaduntunne sekä mielikuvat. Brändi kokonaisuudessaan antaa käyttäjälle tunteen siitä että hän saa jotakin enemmän, kuin vain ostamansa tuotteen. (Työelämäsanasto 2014.)

Uutissivusto Forbes listaa joka vuosi brändiarvoltaan suurimmat yritykset. Vuonna 2013 Forbesin listauksen kolmen kärki oli Apple, Microsoft ja Coca-Cola. Coca-Cola brändinä on näistä kolmesta vanhin. Ympärimaailmaa tunnettu punavalkoinen logo on suunniteltu jo 1800-luvulla. Se on pysynyt vuosien saatossa lähes muuttumattomana, ja jäänyt ihmisten mieleen. Coca-Colan mainonta on ollut suuressa roolissa yrityksen brändin muodostumisessa. (Coca-Cola company 2014a.) Nykyinen melikuva joulupukista on saanut alkunsa Coca-Colan mainoskampanjasta, joka aloitettiin 1930-luvulla (Coca-Cola company 2014b). Vuosien varrella Coca-Colalla on ollut useita mainoskampanjoita, jotka kertovat ystäväyydestä ja hauskanpidosta (Coca-Cola company 2014c). Jos juot Coca-Colaa, olet suosittu ja vietät iloista elämää. Coca-cola ei ole enää vain limsa, ostamme sen mukana myös mielikuvia. Nykyään kaupoissa on useita erilaisia cola-juomia, siitä huolimatta Coca-Cola on edelleen maailman suosituin. Suosio on juomayhtiön brändin rakennuksen ansiota.



KUVA 9. Esimerkkejä Coca-Colan mainonnasta (kollaasi Ahonen 2014)

Brändin voi siis nähdä myös tarinana. Brändi on tarina, jota kerrotaan teoilla ja toimintoilla jotka tuovat lisäarvoa asiakkaalle (Kalliomäki 2014,43).

3.4.3 Brändin hyödyntäminen opinnäytetyössäni

Minun ei opinnäytetyössäni ole tarkoitus tutkia sitä, millainen brändi Pislä Oy on. Tarkoitukseni on hyödyntää brändäyksen ajatusmalleja suunnitellessani tuotteita. Pyrin miettimään, millainen tarina tai millaisia mielikuvia tuotteen takana voisi olla, jotta siitä tulisi mielenkiintoisempi ja houkuttelevampi. Yritän siis rakentaa samalla omaa brändiäni tekojeni ja suunnittelutyöni kautta. Päämääräni on suunnitella tuoteperhe, joka olisi toimiva ja mielenkiintoinen.

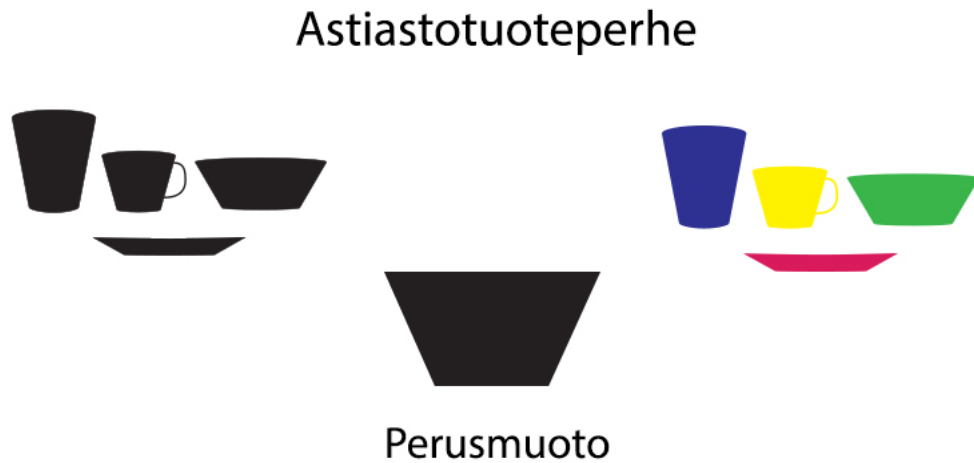
4 TUOTEPERHE

Pislä oy:n tehtävänanto oli suunnitella tuoteperhe. Tuoteperhe on yritykselle aina helppompi myyntiartikkeli, koska asiakkaan voi houkuttaa ostamaan useampia esineitä. Tuoteperhe on myös asiakkaalle vetoavampi, koska kokonaisuus on usein mielenkiintoisempi kuin yksittäinen tavara.

4.1 Mitä tuoteperhe tarkoittaa?

Jotta tuoteryhmää voi kutsua tuoteperheeksi, täytyy niillä olla jokin yhdistävä tekijä, jotta asiakas hahmottaa ne yhteenkuuluviksi. Tuoteperheen jäsenten väliset erot voivat johtua esimerkiksi erilaisista suorituskykyvaatimuksista tai erilaisten toimintojen tarpeesta. Lisäksi tuoteperhe voi muodostua myös eri käyttötarkoituksiin tehdyistä, mutta yhteensopivista tuotteista. (Soininen 1997,41.)

Esimerkiksi useissa talouksissa astiasto muodostaa tuoteperheen. Juomalasit, lautaset sekä kupit muodostavat yhtenäisen tuoteperheen. Miellämme astiaston selkeästi tuoteperheeksi, koska niitä käytetään samassa yhteydessä – ruokailussa. Astiastossakin täytyy kuitenkin olla muotokielessä sekä värimaailmassa yhteneväisyyksiä, jotta ihmiset osaavat yhdistää ne toisiinsa kuuluviksi.



KUVA 10. Perusmuodon ansiosta yhtenäinen tuoteperhe (Ahonen 2014)

Esimerkkikuvassa numero 10 olen piirtänyt tasasivuista suunnikasta pohjana käyttäen astiasotarjan. Astiasto näyttää yhtenäiseltä siluettinsa ansiosta. Vaikka olen vaihtanut jokaisen astian eriväriseksi, näyttää ryhmä silti yhtenäiseltä siluettinsa takia. Tätä tekniikkaa tuoteperheen luomisessa on käyttänyt esimerkiksi Iittala, jonka perusastiasto teemaa myydään useassa eri värissä ja kuosissa. Mainonnassaan Iittala kannustaa asiakkaitaan rohkeasti kokeilemaan erilaisten kuosien ja värien yhdistelmiä ja silti säilyttämään astiastonsa yhtenäisyyden.



KUVA 11. Esimerkki yhtenäisellä kuviolla muodostetusta tuoteperheestä (Ahonen 2014)

Siluetti ja yhtenäinen muoto ei kuitenkaan ole ainoa tapa tehdä tuoteperheestä yhtenäistä. Tuotteita voi yhdistää myös materiaali väri, printti tai kuvio. Toisessa esimerk-

kikuvassani numero 11 astiat ovat täysin toisistaan poikkeavia, jos katsoo muotoa ja siluettia. Tuotteista tulee kuitenkin tuoteperhe toistuvan kuvion, sekä värin kautta. Tuoteperheen muodostamisesta kuvion avulla toimii esimerkkinä Arabian Paratiisi sarja. Astiastossa löytyy sekä tasakulmaisen suunnikkaan muotoisia astioita, pyöristettyjä kulmia sekä neliöitä. Astiastoa yhdistää Birger Kaipiaisen suunnittelema vahva kuviointi, joka tekee sarjasta yhtenäisen.



KUVA 12. Birger Kaipiaisen suunnittelema Paratiisi-kuosi Arabian astiastossa (Arabia 2014, kollaasi Ahonen)

4.2 Mikä tuoteperheissä viehättää?

Tuoteperheen suunnittelussa mielestäni kannattaa miettiä erityisesti sitä, miksi asiakas haluaisi ostaa lisää tuotteita jostakin sarjasta. Mikä saa asiakkaan haluamaan ostamansa tuotteen rinnalle samaan sarjaan kuuluvan toisen tuotteen?

Lisa Suonio kertoo kirjassaan Brändikäs (2010) kuinka Marimekon Mariskoolien suosio kasvoi sen myötä kun he alkoivat tuoda useampia värejä Mariskoolista markkinoille. Värien lisäämisen myötä kaupat ja jälleenmyyjät pystyivät muodostamaan Mariskooleista houkuttelevia ja värikkäitä esillepanoja. Pelkästään se, että tuote näyttää paremmalta ryhmässä saattaa saada asiakkaan ostamaan tuoteperheen muita tuotteita. Saman tuotteen variointiin voi värin vaihtamisen lisäksi käyttää esimerkiksi koon muuttamista. Mariskooleista on myynnissä kahta eri kokoa.



KUVA 13. Mariskoolin kaksi eri kokoa (Iittala 2014)

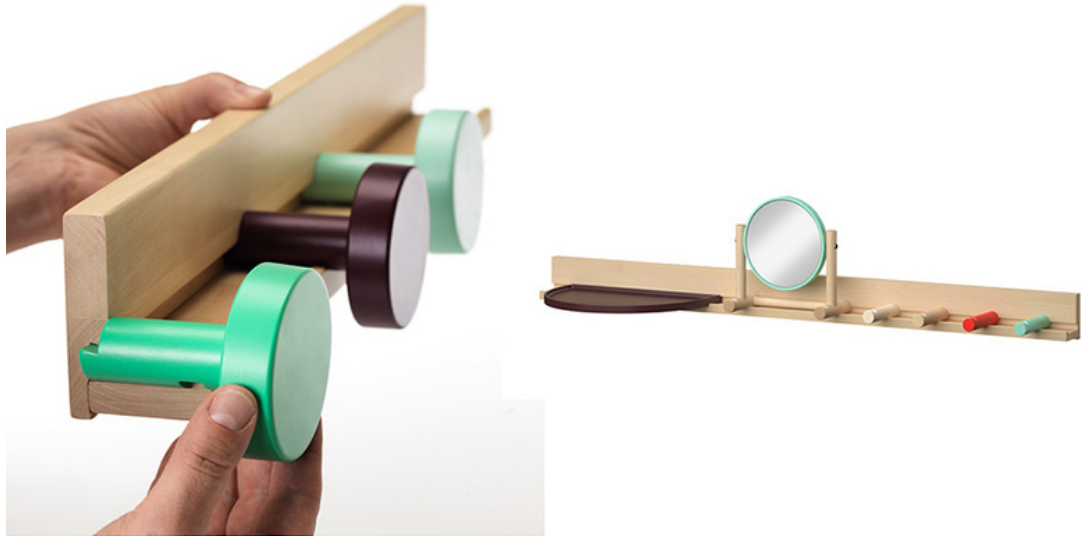
Luonnollinen tapa saada ihmiset ostamaan tuoteperheen muita osia, on se, että ne kuuluvat läheisesti toisiinsa tai ne tuovat yhdessä lisäarvoa alkuperäiselle tuotteelle. Esimerkiksi jos ostat saunaan kiulun, tarvitset todennäköisesti myös löylykauhan ja hyvin suurella todennäköisyydellä ostat ne samasta tuoteperheestä, jotta ne sopivat yhteen.

Lisäarvon tuomisella tarkoitan sitä, että uuden lisätuotteen ostaminen tuo uuden ominaisuuden alkuperäiselle tuotteelle, tai täydentää sitä. Esimerkiksi Sagaformilla on kolmion muotoinen Taste-tarjoilukulho jota myydään yksittäin. Ostamalla kulhon tai kaksi lisää, saat kattauksestasi paljon näyttävämmän kuin yhdellä kulholla.



KUVA 14. Sagaformin Taste-tarjoilukulho (Sagaform 2014)

Ikeassa on myynnissä puinen Ikea PS -kisko, johon asiakas voi itse valita lisäosat. Asiakkaan valittavana on erimuotoisia ripustimia, tasoja sekä muun muassa peili. Kaikki osat ovat pujotettavissa kiskoon asiakkaan haluamassa järjestyksessä. Ikean PS- tuoteperhe antaa asiakkaalle valinnan vapauden.



KUVA 15. Ikea PS -naulakko (Ikea 2014)

4.3 Tuoteperhesuunnittelun hyödyt muotoilijalle

Muotoilijana tuoteperheen suunnittelu antaa minulle useita mahdollisuuksia. Voin valita, perustuuko tuoteperheeni yhtenäiseen siluettiin, materiaaliin, muotoon vai pelkästään koon skaalaamiseen. Suunnittelijana minun tulee erityisesti pohtia sitä, mikä tuotteessani saisi asiakkaan ostamaan toisenkin tuotteen tuoteperheestä. Minun siis tulee asettua kuluttajan asemaan ja miettiä, miltä tuotteeni näyttäisi kaupassa ja miksi se houkuttelisi minua.

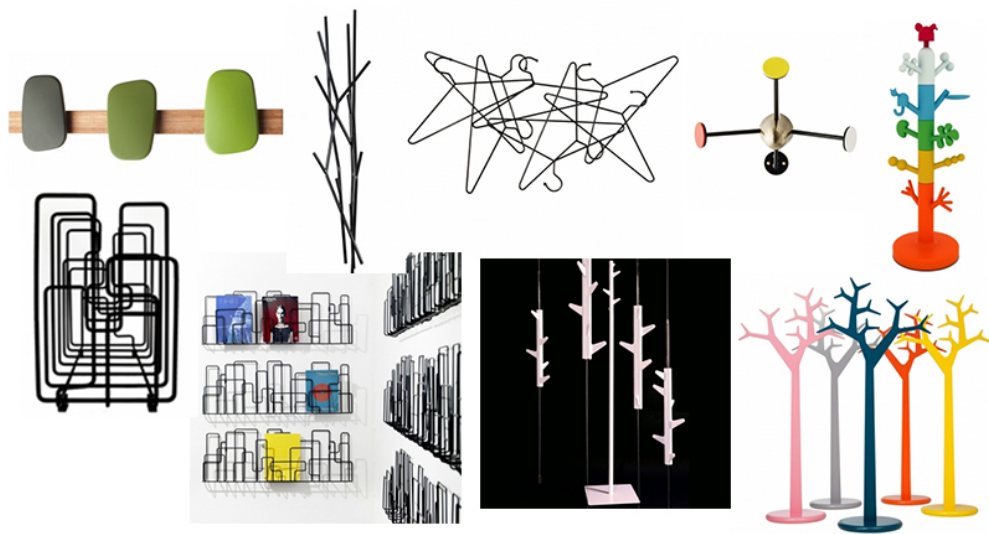
Muotoiluprosessin ei tarvitse kuitenkaan alkaa siitä, että suunnittelen heti tuoteperheitä. Voin tutkia erilaisia mahdollisuuksia, ja jos löydän kiinnostavan muodon tai toiminnon, voin lähteä sen pohjalta suunnittelemaan lisää tuotteita. Tuoteperheen suunnittelussa saattaa tulla eteen se, että kaikki tuoteperheeseen kuuluvat tuotteet eivät olekaan yhtä vahvoja yksinään. Yritän koko suunnitteluprosessin ajan tarkkailla tuotteiden toimivuutta myös yksinään. En halua että asiakkaat joutuvat ostamaan tuotteita ainoastaan sen takia että yksittäinen tuote ei ole toimiva.

5 MUOTOILUPROSESSI

Tässä luvussa esittelen suunnitteluprojektini ensimmäisiä vaiheita. Aloitan hakemalla inspiraatiota, etsimällä tietoa sekä ideoimalla. Kehittelen Pislalle tehtävänantoa vastaavia tuotekonsepteja. Tässä kappaleessa luodut konseptit ovat ensimmäisiä ideoita, joilla pyrin selvittämään millaisista tuotteista Pisla Oy olisi kiinnostunut.

5.1 Benchmarking ja moodboardit

Tehtävänannon tarkennuttua Pislän tehtaalla vierailun jälkeen, aloitin tutustumisen suunnittelun aihepiiriin. Tutkin millaisia naulakkoja on jo olemassa. Etsin erityisesti sellaisia naulakkoja, joiden tyyliä ajattelin käyttää myös omassa suunnittelussani. Tein benchmarkausta erilaisista naulakoista moodboardien muodossa, jotka auttoivat jäsen-
telemään omia suunnitelmiani.



KUVA 16. Moodboard naulakoista (Finnish design shop 2014, kollaasi Ahonen)

Naulakoista keräämässäni moodboardissa kuvassa numero 16 on useita metallista valmistettuja ripustimia. Minua kiehtoi erityisesti metallin käyttäminen nauhamaisesti, jolloin naulakoiden muoto jää hyvin kevyeksi ja graafiseksi. Monet naulakot, jotka miellyttivät silmääni, olivat saaneet inspiraationsa selkeästi luonnosta. Kuvassa numero 16 näkyy naulakkoja jotka muistuttavat puunrunkoa tai oksia sekä erilaisia eläinhahmoja. Naulakko joka muodostuu metallisista henkareista, yhdistää hauskesti kaksi ripustamiseen liittyvää asiaa yhteen.



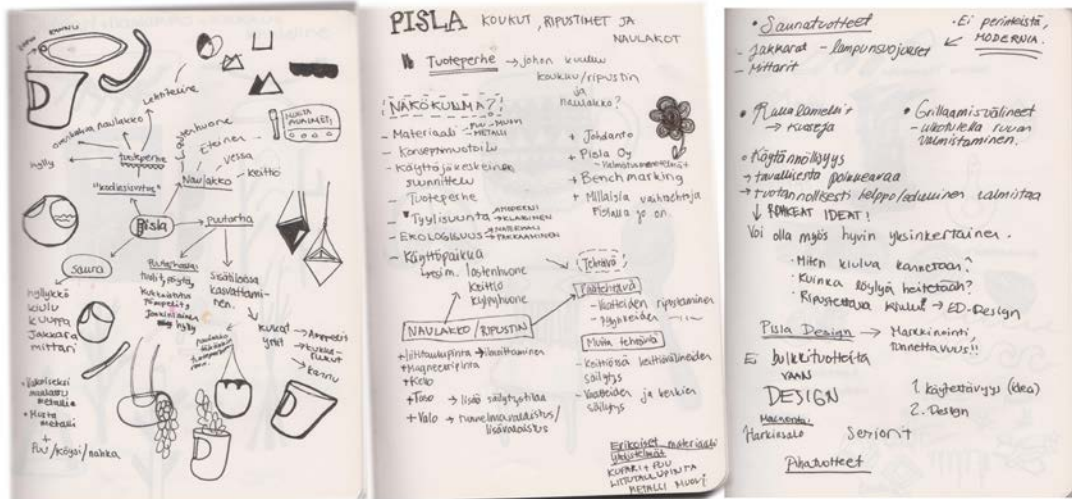
KUVA 17. Moodboard erilaisista yrttiruukkuratkaisuista (Finnish design shop 2014, kollaasi Ahonen)

Tehtävänannon laajennettua mihin tahansa tuotekategoriaan, aloin miettimään mikä tällä hetkellä on pinnalla ja mikä kuluttajia kiinnostaa. Eri medioissa on usein asiaa lähiruusta, luomusta sekä itse hyötykasvien kasvattamisesta. Erityisesti chilien ja yrttien kasvattaminen on ollut nouseva trendi. Päätin siis tutkia millaisia design vaihtoehtoja erilaisille yrttituoteperheille on jo olemassa. Sain heti alkuun huomata, että metallisia vaihtoehtoja yrttiruukuille ei juuri ole. Useimmat yrttiruukut ovat muovisia tai keraamisia.

Monien yrttiruukkujen myyntivalttina toimii jokin yrttien elinikää pidentävä ominaisuus, kuten valo tai kastelujärjestelmä. Ruukkujen muodot ovat usein pehmeitä ja suosituin väri on valkoinen. Erikoisin ruukku jonka löysin on Sky Planter-ruukku, jossa kasvi kasvaa ylösalaisin. Koska metallisia ruukkuja ei juuri löytynyt markkinoilta, ajattelin että se olisi hyvä design tuoteperheen suunnittelukohde Pislalle ripustusratkaisujen ohella. Päätin, että suunnittelussani en pyri ratkaisemaan yrttien ja kasvien viljelyn teknisiä ongelmia, vaan keskityn luomaan yhtenäisen tuoteperheen, joka on toimiva ja yksinkertainen. Ripustusideoiden suunnittelussa turvaudun omaan leikkisään ja värikkääseen tyyliini.

5.2 Ajatuskartat

Ennen luonnostelun aloittamista tein useita ajatuskarttoja. Ajatuskarttojen avulla keskitin ajatukseni tuoteryhmiin. Yritin löytää tuoteryhmiä jotakin asioita, mihin tarttua.



KUVA 18. Ajatuskarttoja tuotesuunnittelun helpottamiseksi (Ahonen 2014)

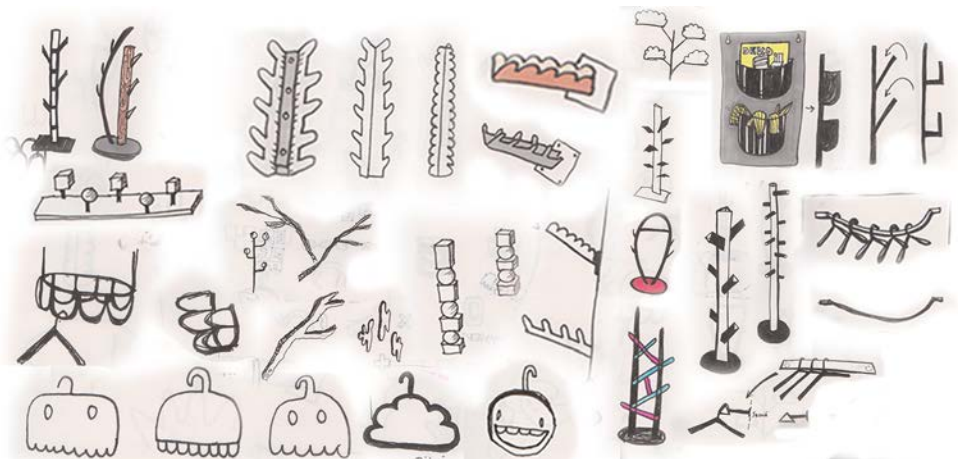
Ajatuskarttoissani selvittelen esimerkiksi missä kaikkialla kodissa tarvitaan erilaisia ripustimia: eteisessä, vessassa, keittiössä, lastenhuoneessa. Tilat luovat erilaiset määritelmät naulakon suunnittelulle. Wc-tiloissa naulakkoa käytetään pyyhkeiden ripustamiseen. Keittiössä ripustimen tarvetta voi olla erilaisille keittiövälineille, keittiöpyyhkeille sekä patalapuille. Lastenhuoneen ripustin eroaa todennäköisesti eteiseen valitusta ripustimesta.

Ajatuskartassa käyn läpi mitä tuotteita puutarhassa yleensä tarvitaan. Ajatuskartassa mainitaan esimerkiksi tuolit ja pöytä sekä kukkaruukut. Olen pohtinut erikseen mitä kaupunkilainen voisi tarvita kasvattaessaan kasveja parvekkeellaan. Kaupunkiviljelyssä hyödyllisiä esineitä voisivat olla yrttiruukut, pienet lapiot ja kuokat sekä kastelukannu. Innostuin erityisesti kaupunkiviljelyyn suunnatusta tuoteperheestä, sillä siihen pystyn helposti samaistumaan ja tuoteperheestä saisi helposti yhtenäisen. Ajatuskarttojeni herättämien ideoiden pohjalta aloitin tuotteiden luonnostelun.

5.3 Luonnostelu

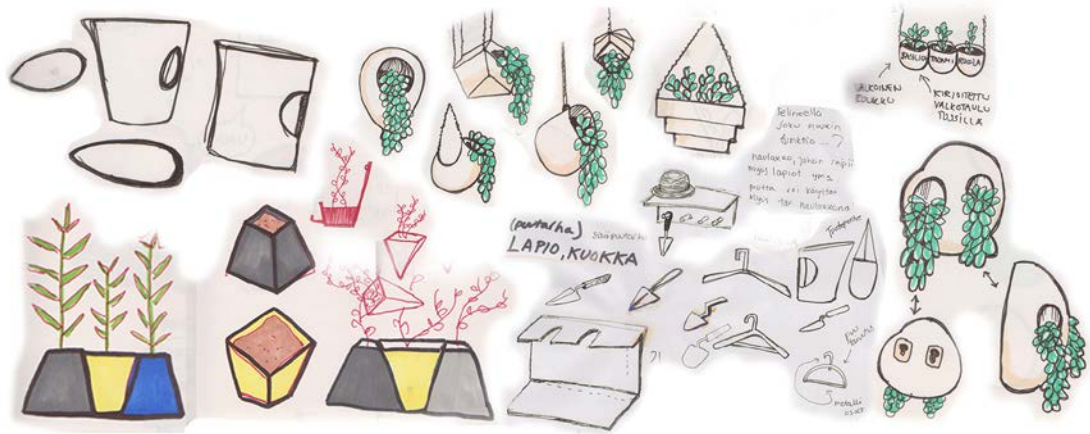
Aloitin tuotteiden suunnittelun luonnostelemalla erilaisia tuotteita. Pidättydyin kuitenkin edeltävässä luvussa 5.1 mainituissa tuotekategorioissa, eli keskityin ripustukseen, säilytykseen sekä yrttien ja kasvien viljelyyn. Luonnoksieni ovat hyvin rouheita tussipiirustuksia. Luonnoksistani kuitenkin näkee, että haluan tuotteista omannäköisiä, eli leikkisiä ja tavallisesta poikkeavia. Tiedostin sen, että on riski lähteä esittelemään jopa kitch-tyylisiä tuotteita Pislä Oy:lle, joka on keskittynyt myymään hyvin perinteisen mallisia tuotteita, jotka lähtökohtaisesti sopivat mihin tahansa tilaan. Pyrin kuitenkin saamaan suunnittelemiini tuotteisiin wow-efektin, joka saisi asiakkaat kiinnostumaan tuotteesta ja pitämään sitä designina.

Monet luonnostelemistani tuotteista oli toiminnaltaan tavallisesta poikkeavia, esimerkiksi katosta roikkuva kattokruunumainen ripustusteline sekä seinälle kiinnitettävä hyllykkö jota voi säilyttämisen lisäksi käyttää kasvien viljelyyn (Kuva 19.).



KUVA 19. Kokoelma luonnoksia ripustusratkaisuista (Ahonen 2014)

Piirsin useita pystynaulakoita, koska se on ensimmäinen naulakkomalli joka tulee mieleen kun ajattelin ripustusratkaisuja. En kuitenkaan ottanut yhtään pystynaulakkoa mukaan lopullisiin konsepteihini. Omien kokemuksieni mukaan pystynaulakot ovat kömpelöitä ja kaatuvat helposti. Luonnoksissa on useita ehdotuksia materiaaliyhdistelmistä kuten puu ja metalli sekä muovi ja metalli. Yritin keksiä mahdollisimman monta tapaa ripustaa esineitä. Piirsin henkareita, yksittäisiä seinään kiinnitettäviä ripustuskoukkuja, pystynaulakoita sekä seinän kiinnitettäviä ripustuskaaria.



KUVA 20. Kokoelma puutarha-aiheisista luonnoksista (Ahonen 2014)

Puutarha-aiheessa minua inspiroivat eniten kukkaruukut ja amppelit. Pyrin löytämään jonkun mielenkiintoisen graafisen muodon, joka avulla pystyn luomaan näyttävän tuoteperheen. Kokeilin piirtää erilaisia lappioita jotka voisivat olla osa tuoteperhettä, mutta ne jäivät hieman irralliseksi ajatukseksi. Yritin suunnitella kastelukannuja, jotka näyttäisivät hyvältä suunnittelemini kukkaruukkujen kanssa, mutta toimisivat myös erillisenä tuotteena.

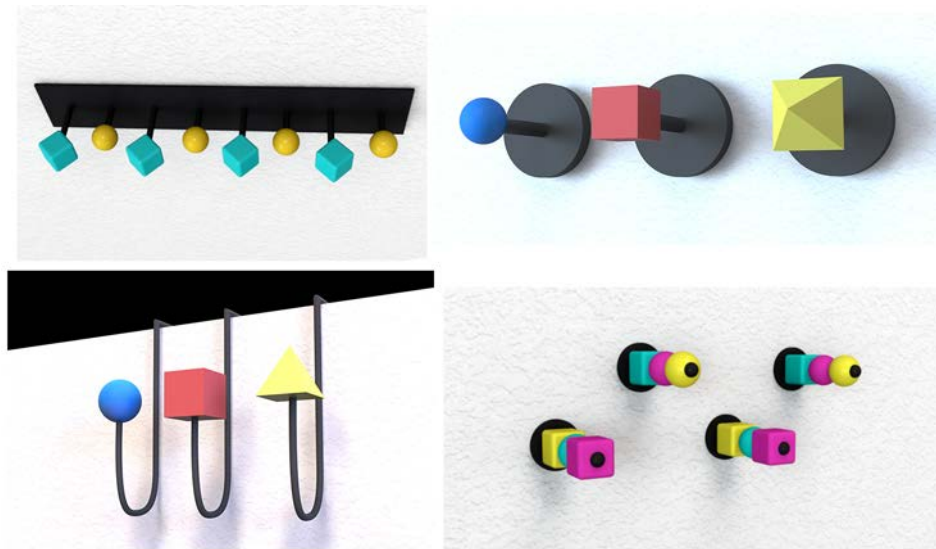
5.4 Tuotekonseptien valinta ja mallinnus

Luonnostelun jälkeen valitsin parhaat ideat joista tein 3D-mallit ja esityskuvat Pisl Oy:lle. Kasasin konsepti-ideat paketiksi Power Pointiin ja lähetin ne arvioitavaksi Pislalle. Visualisoinnissa käytin ohjelmia Rhinoceros sekä Modo. Tein konsepteista 3D-mallien lisäksi viivapiirroksia Adobe Illustratorissa, sillä halusin korostaa tuotteiden konseptimaisuutta. Ensimmäisessä vaiheessa pyrin tuottamaan mahdollisimman paljon erilaisia ideoita. Toivoin saavani Pislän edustajilta palautetta siitä, mitkä konseptit heitä kiinnostavat eniten, jotta voin kehittää valittuja ideoita eteenpäin.

5.4.1 Tappinaulakot

Ensimmäinen konseptituoteperhe esityksessä oli tappinaulakot. Konseptissa yhdistyy musta metalli ja värikkäät puumuodot. Tappinaulakoista on helppo muodostaa runsas tuoteperhe. Esitykseen laitoin pitkän naukaton, jossa on useita ripustusosia, yksittäiset tapit jotka muistuttavat karkkipötköjä sekä oven yli ripustettavan naukaton. Tappinaulakot mahdollistavat leikkittelyn sommittelulla. Sommittelu kuvaa elementtien

järjestelyä määrättyllä alueella (Kettunen 2001, 26). Tappinaulakoissa elementtejä ovat puumuodot sekä musta metalli.



KUVA 21. Esityskuvia tappinaulakko malleista (Ahonen 2014)

Elementtien etäisyys toisistaan ja kehyksestä voi luoda jännitettä ja keskittymispisteitä (Kettunen 2001, 26). Yksittäisillä tappinaulakoilla käyttäjä voi itse sommitella nau-lakot haluamaansa rytmiin. Naulakoissa, joissa on takalevy, suunnittelija voi luoda valmiita sommitelmia, jolloin käyttäjä saa yhdellä ripustuskerralla nau-lakko kokonaisuuden.

5.4.2 Seinäsäilyttimet

Seinäsäilyttimet ovat metallista valmistettuja hyllyköitä. Suunnittelin sekä pyöreän että kulmikkaan mallin. Pyöreät muodot voivat olla vaikeita ja kalliita valmistaa metallista. Pyöreässä versiossa joka on kuvassa numero 22 vasemmalla, oli ideana se, että sitä voisi käyttää hyllyn sijasta myös kasvien istuttamiseen. Molemmat hyllyt mahdollistavat magneettien kiinnittämisen tauluun ja toimivat myös ilmoitustauluina. Oikealla oleva hyllykkö kuvassa numero 22 on suunniteltu lehtitelineeksi.



KUVA 22. Esityskuvia seinäsäilyttimistä (Ahonen 2014)

Oikealla pintakäsittelyllä hyllykköihin voisi myös kirjoittaa suoraan tussilla tai liidulla muistiinpanoja tai esimerkiksi viljeltyjen yrttien nimet. Seinäsäilyttimissä on mahdollista hyödyntää koivuviihua päällysteenä. Silloin perusmateriaali metalli jäisi koivuviihun alle piiloon, ja loisi illuusion puutuotteesta.

5.4.3 Puutarhatuoteperhe

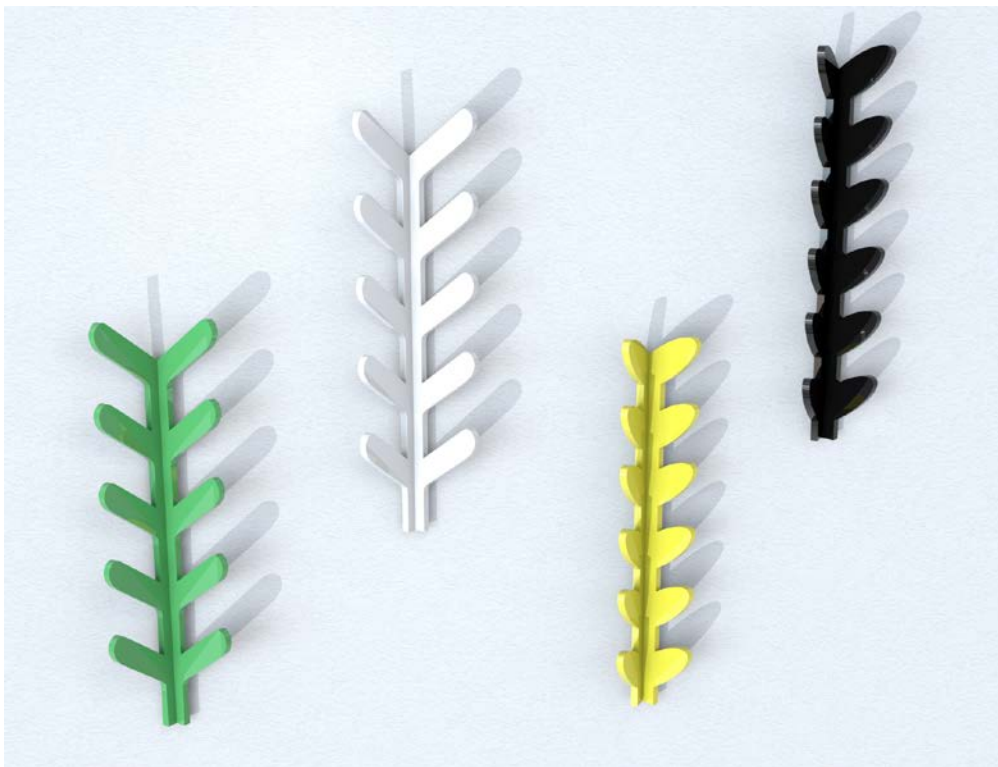
Päätin suunnitella täysin uuden puutarhatuoteperheen jollaista Pislalla ei vielä ole, koska minusta tuntuu että tällä hetkellä kaupunkiviljely ja lähiruoka ovat nousevia trendejä. Ihmiset ovat kiinnostuneita kasvattamaan muun muassa yrttejä ja chilejä itse ja haluavat että heidän ruokansa on valmistettu puhtaista raaka-aineista. Halusin suunnitella kasvatusruukkuja Pislalle myös siksi, että mielestäni markkinoilla ei tällä hetkellä ole hyvännäköisiä metalliruukkuja. Kasvatusruukkujen lisäksi tuoteperheeseen voisi kuulua kastelukannu, parvekelaatikkoja, pieniä jakkaroita sekä ulkolyhtyjä. Kuvassa numero 23 on esityskuvat ulkolyhdyistä sekä kukkaruukuista ja kastelukannusta.



KUVA 23. Puutarhatuoteperheen esityskuvat (Ahonen 2014)

5.4.4 Lehvästö-ripustintuoteperhe

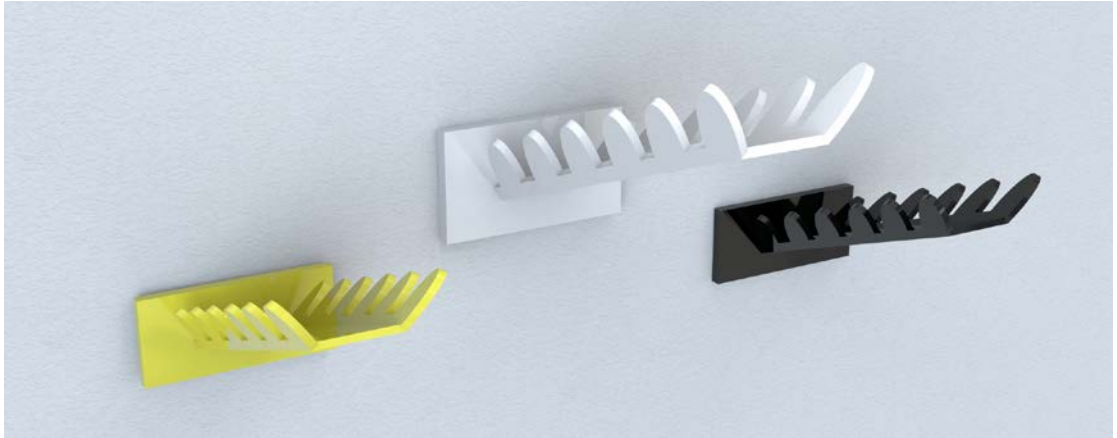
Lehvästö oli yksi ensimmäisistä ideoistani kun lähdin suunnittelemaan naulakkoja. Ihmiset ovat myönteisiä hahmoille, jotka muistuttavat jotka muistuttavat ihmiskasvoja tai luonnosta löytyvää orgaanista muotoa (Kettunen 2011, 24). Lehvästö-naulakko joka on esitetty kuvassa numero 24, muistuttaa joko oksaa tai kasvin vartta.



KUVA 24. Pitkittäin seinään kiinnitettävä lehvästö-naulakko (Ahonen 2014)

Lehvästöstä saa helposti laajan tuoteperheen muuttamalla naulakon kokoa ja käyttötarkoitusta. Ensimmäiseen ideakerrokseen laitoin seinästä esiin työntyvän version,

joka muistuttaa hieman kerrostalon parvekkeilla olevaa ripustusnaulakkoa, sekä pitkittäin seinään kiinnitettävän version.



KUVA 25. Seinästä esiin työntyvä lehvästö-naulakko (Ahonen 2014)

5.4.5 Kattokruununaulakko

Kattokruununaulakko on konsepteista leikkisin ja kokeellisin. Naulakko muodostuu metalliputkesta ja se kiinnitetään kattoon kattokruunun tapaan kuten kuvassa 26. Siihen voi ripustaa joko henkarien tai koukkujen avulla tai käyttää naulakon muodostamia kaaria ripustamiseen. Suunnittelin katosta ripustettavalle mallille pariksi seinään kiinnitettävän version, joka on muodoltaan kaari. Kaarinaulakon esityskuva on kuvassa numero 26 oikealla.



KUVA 26. Katosta roikkuva malli, sekä seinään kiinnitettävä malli (Ahonen 2014)

5.4.6 Hauskat henkarit

Hauskat henkarit ovat metallisia henkareita, jotka muodostavat hahmon. Henkarit voisi yhdistää johonkin naulakko- ja ripustintuoteperheeseen. Henkareista voisi kehittää myös hieman neutraalimmat versiot, jotka sopisivat muuallekin kuin lastenhuoneeseen.



KUVA 27. Hauskat henkarit (Ahonen 2014)

5.5 Pisla Oy:n palaute konsepteista

Sain Pisla Oy:ltä palautetta kirjallisesti sähköpostitse. Tekstiedostoon oli kirjattu muistiin heidän mietteitään suunnittelemistani konsepteista.

Tappinaulakoissa Pisla Oy:n edustajat pitivät ulkonäöstä. Erityisesti puun yhdistäminen metalliin koettiin miellyttäväksi, kuten myös värivalinnat. Kritiikkiä tuli puuosien koosta. Vaatteiden ripustaminen saattaa olla hankalaa, koska puusta tehdyt geometriset kappaleet ovat niin suuria. Pisla Oy:lla on myös ollut myynnissä aikoinaan oven päälle laitettava naulakko, mutta se ei mennyt kaupaksi, koska Suomessa suurin osa

kotiovista on ns. huullettuja joten naulakon kiinnittäminen on hankalaa tai mahdotonta.

Seinäsäilyttimistä yrityksen edustajat innostuivat ja toivoivat minun jatkojalostavan ideaa. He eivät niinkään olleet kiinnostuneet lehtitelineestä, sillä niitä heillä on myynnissä jo useita, mutta versio jossa voi kasvattaa kasveja oli mielenkiintoinen. Erityisesti he käskivät kiinnittää huomiota siihen, miten esimerkiksi kasvin kastelu tapahtuisi. Ilmaisin lähettämässäni esityksessä huolen siitä että ovatko pyöreät muodot mahdollisia valmistaa metallista, yrityksen edustajat kuitenkin vakuutti että ongelmaa ei ole.

Puutarhatuoteperhe tuntui edustajista myös kiinnostavalta nimenomaan kyseisen aiheen trendikkyuden takia. Pislän edustajat pohtivat että tuoteperhe olisi helppo myydä kokonaisuudessaan koska värimaailma ja muotokieli ovat yhtenäisiä.

Lehvästö-naulakkotuoteperhe oli heidän mielestään näyttävä. Erityisesti värilliset versiot vierekkäin miellyttivät heitä. Pislän edustajat olivat kuitenkin sitä mieltä, että heidän yrityksensä ei ole oikea jakelija Lehvästö-naulakoille.

5.6 Omia mietteitäni palautteesta

Palautteesta jäi sellainen mielikuva että Pisla Oy:n edustajat pitivät eniten puutarhaan liittyvistä tuoteperhe-ideoistani. Erityisesti kaupunkikasvattaminen, esimerkiksi yrttienmuodossa, nähtiin kiinnostavana. Oletin että lehvästö-naulakkosarja olisi ollut heille mielenkiintoisin tuote, sillä mielestäni se on heidän tämänhetkisiin tuotteisiinsa sopivin vaihtoehto. Olen kuitenkin tyytyväinen että pääsen jatkamaan projektia seinäsäilyttimien ja kasvatustuotteiden parissa.

6 TUOTEPERHEKONSEPTIN VIIMEISTELY

Tässä kappaleessa viimeistelen tuoteperhekonseptin siten, että se on tarvittaessa mahdollista valmistaa. Tähän vaiheeseen kuuluu muun muassa lopullisen muodon etsiminen, hahmomallin rakentaminen sekä mitoittaminen.

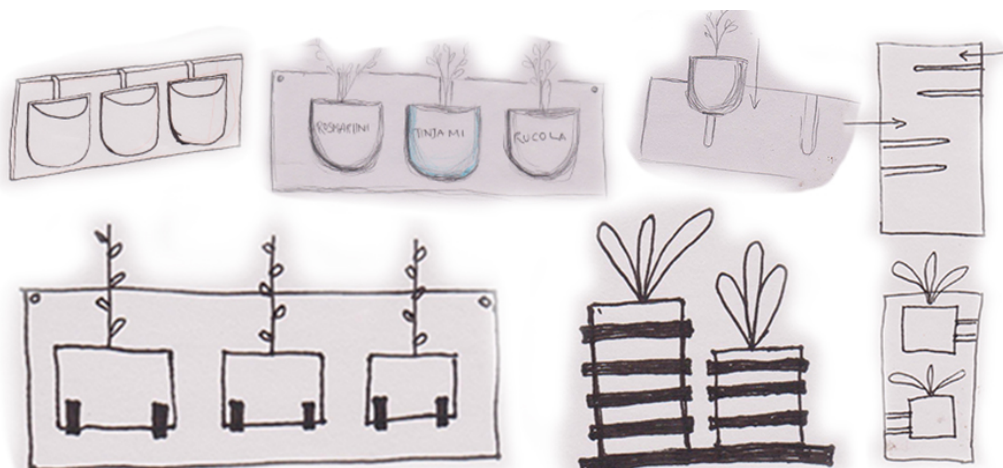
6.1 Valittujen konseptien analysointia

Pislan palautteesta käy ilmi, että heitä miellyttivät eniten puutarhatuotteet, sekä seinäsäilyttimet kukkien ja yrttien kasvatukseen. Seinäsäilyttimien tuotekehitystä Pislapyöry jatkaa eteenpäin. Oli helpottavaa kuulla että heille ei ole ongelma valmistaa pyöreitä muotoja metallista. Alkuperäisessä seinäsäilytin suunnitelmassa ruukkuosa oli pyöreänmallinen ja pidin muodosta paljon, vaikka epäilin että se on vaikea valmistaa.

Huomasin alkuperäisessä seinäsäilyttimessä myös ongelman. Kasvien istuttaminen olisi todella vaikeaa, sillä ruukkuosa ei irtoa takalevystä. Konseptin käytännöllisyyden vuoksi aion keksiä keinon, jolla ruukkuosan voisi istutuksen ajaksi ottaa irti takalevystä. Aion myös pohtia sekä ruukkujen, että takalevyjen muotoja uudestaan. Kokeilen erilaisia vaihtoehtoja ja yritän kokeilemisen kautta löytää miellyttävimmän muodon.

6.2 Uusien ideoiden luonnostelu

Minulle luontainen tapa aloittaa ideointi on luonnostelu. Aluksi luonnostelin erilaisia puutarhatuotteita, sekä seinäsäilyttimiä. Puutarhatuoteperhe on kuitenkin ollut alusta alkaen melko epämääräinen, enkä oikein saanut siitä selkeää kokonaisuutta. Seinäsäilyttimistä minulle tuli useita erilaisia ideoita kiinnityksistä ja muodoista. Ajattelin, että teen seinäsäilyttimistä selkeän tuoteperhekonseptin Pislalle esiteltäväksi.



KUVA 28. Luonnoksia lopullisen konseptin kiinnitysratkaisuvaihtoehdoista (Ahonen 2014)

Kuten jo edeltävässä luvussa 6.1 mainitsin, oli alkuperäisessä seinäsäilyttimessä se ongelma, ettei ruukkuosa irronnut takalevystä. Luonnoksissani kuvassa 28 näkyy, että olen yrittänyt ratkaista ongelmaa metallisilla tasomaisilla kiinnikkeillä, sekä metallisuikaleista valmistetulla putkella johon ruukku työnnetään. Tasomaisista kiinnikkeistä joutuisi tekemään melko pitkät, eivätkä ne estäisi ruukku tippumasta, jos siihen kohdistuu työntöliike sivulta. Metallisuikaleista valmistetut lieriöt näyttävät hyvältä piirustuksissa koska ne ovat graafisen näköisiä. Ne olisivat todellisuudessa kuitenkin melko hankalia käyttää ja mahdollistaisivat vain suorakulmion muotoisten ruukkujen käytön.

Kolmas kiinnitys vaihtoehto oli se, että ruukkujen takana on tapit jotka liu'utetaan seinään kiinnitettävässä levyssä oleviin uriin. Kolmas vaihtoehto ei rajoita ruukkujen muotoa, eikä myöskään takalevyn kokoa. Luonnoksissani mietin sitä että urat voivat olla joko pystyssä tai sivuittain. Ruukut voisi kiinnittää seinälevyyn huolimatta siitä, onko levy kiinnitetty pystyyn vai vaakaan. Sivuttaissuuntaisissa urissa on kuitenkin se ongelma, että ne saattavat pudota herkästi jos niihin osuu sivuttaissuuntainen liike. Päätin jatkaa tuotteen kehittämistä siihen suuntaan, että ruukut kiinnitetään vain pystysuunnassa.

6.3 Suunnittelua hahmomallin avulla

Päätin tehdä seinään kiinnitettävästä ruukkulineestä, johon ruukut liu'utetaan uriin, hahmomallin. Hahmomallin avulla pystyn hahmottamaan mittasuhteet paremmin. Käytin hahmomallin rakentamiseen pahvia. Päätin tehdä hahmomallin ruukuista neliön mallisia, sillä halusin lähinnä kokeilla idean toimivuutta sekä katsoa mittasuhteita. Ensimmäisen ruukun pohja oli neliö, joka oli sivumitaltaan 16 senttimetriä. Lisäsin siihen 18 senttimetriä korkeat reunat. Kun olin kasannut ruukun kuumaliiman avulla, kiinnitin taakse T-kirjaimen malliset kiinnikkeet, jotka liukuisivat uriin ja pitäisivät ruukun paikoillaan. Taustalevyksi leikkasin suorakaiteenmuotoisen pahvinpalasen, jonka pituus oli 55 senttimetriä ja korkeus 25 senttimetriä.

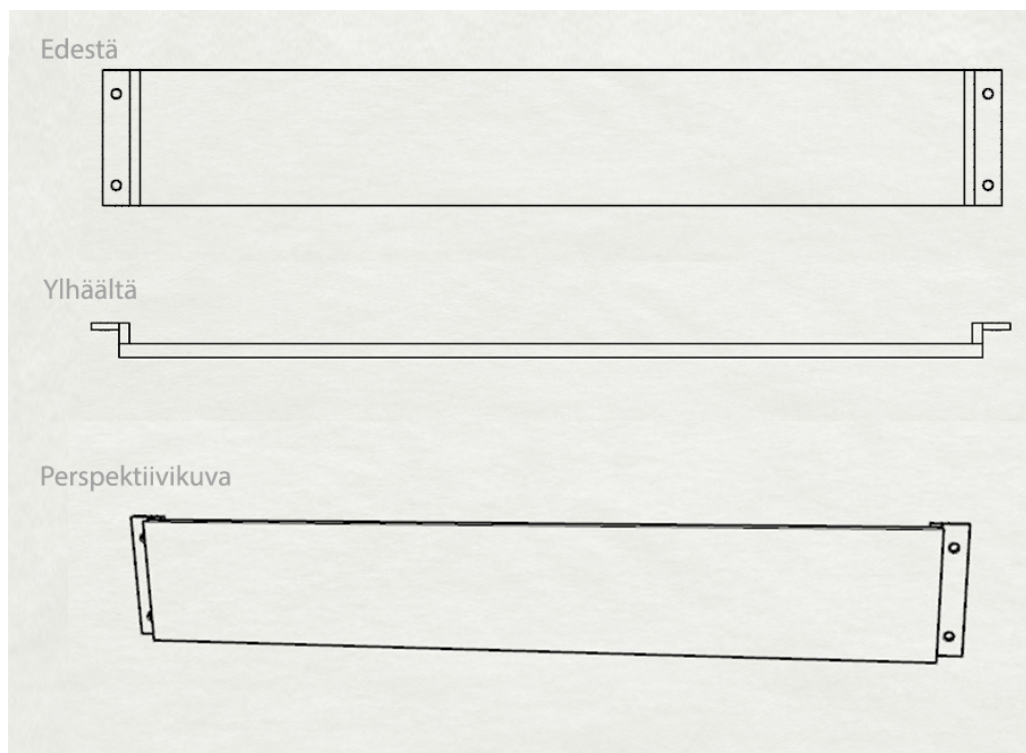


KUVA 29. Hahmomallin kiinnikkeet (Ahonen 2014)

Mitoitin takalevyyn kiinnittämieni T-kirjaimen mallisten kiinnikkeiden avulla paikat urille. Leikkasin urat ohuina viiltoina pahvin läpi.

Hahmomalli toimi oikein hyvin, ja ruukku tuntui pysyvän tiukasti paikoillaan. Ensimmäinen mitoittamani ruukku tuntui valtavalta. Se oli aivan liian iso yrttiruukuksi. Tein siis myös toisen ruukun, joka oli edelleen neliön mallinen mutta sivumitta oli enää vain 12 senttimetriä. Pienempi ruukku oli sirompi, ja sopii paremmin yrteille ja pienille sisäkukille. Isompi ruukku olisi kooltaan sopivampi pihakasveille.

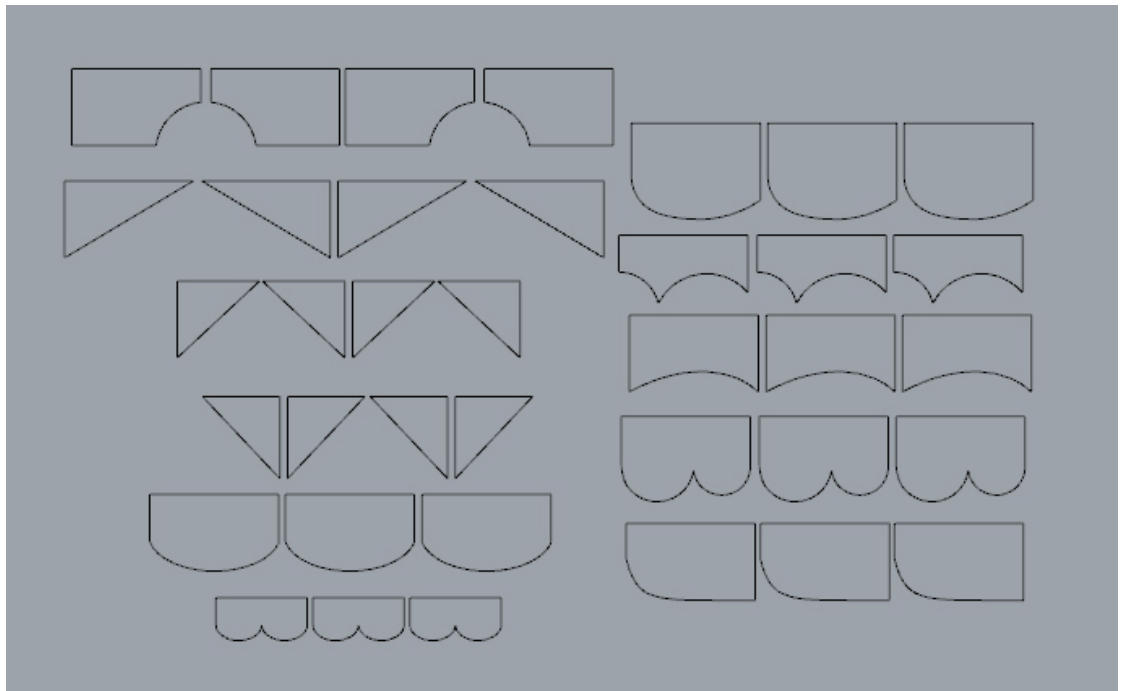
Hahmomallia rakentaessani minulle tuli seinälevyn kiinnitykseen idea. Suora levy voisi taittua kohti seinää ja jälleen toisen kerran seinää vasten kuten kuvassa numero 30. Tällaisella kiinnityksellä urat voisi leikata läpi, ja seinälevy olisi helppo kiinnittää paikalleen.



KUVA 30. Hahmotelma takalevystä (Ahonen 2014)

6.4 Uusien seinäsäilyttimien mallintaminen

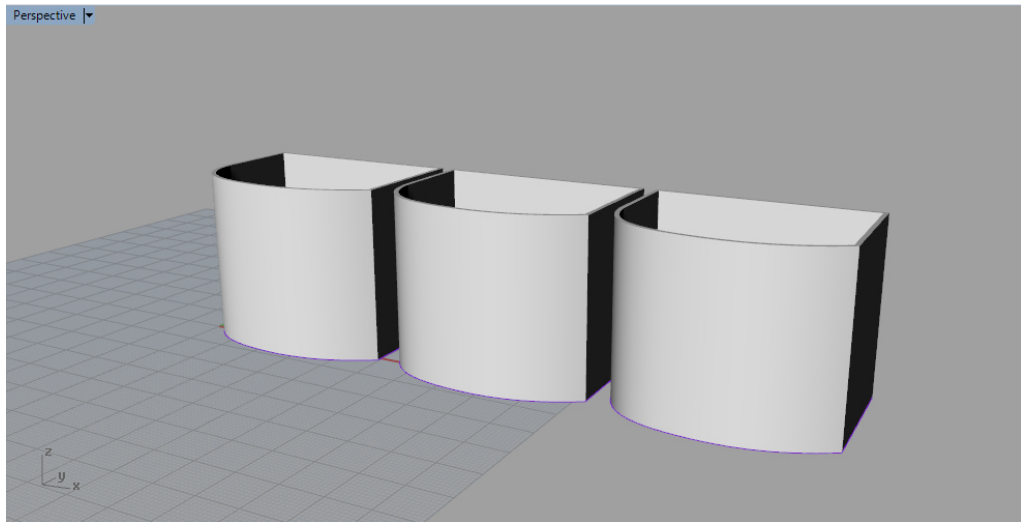
Aloitin mallintamisen kokeilemalla erilaisia siluetteja ruukuille. Aloitin suorakaiteen muodosta jota leikkaisin erilaisilla ympyränkaarilla, sekä vapaasti piirretyillä viivoilla. Hahmotellessani eri muotoja huomasin, että kun ruukkuja pistää peräkkäin, ne muodostavat erilaisia jatkuvia muotoja riippuen siitä, millainen ruukun siluetti on. Tarkoitukseni oli, että seinälevyyn mahtuisi ainakin kolme ruukku vierekkäin, joten oli loogista miettiä myös sitä, millaisen muodon ruukut yhdessä muodostavat. Kuvassa numero 30 näkyy muotohahmotelmia, jotka olen tehnyt Rhinoceros-ohjelmassa. Olen laittanut useamman saman muodon peräkkäin, jotta on selkeämpää millainen kokonaisuus ruukut olisivat yhdessä.



KUVA 31. Ruukkuhahmotelmia ylhäältä kuvattuna Rhinoceros-ohjelmassa (Ahonen 2014)

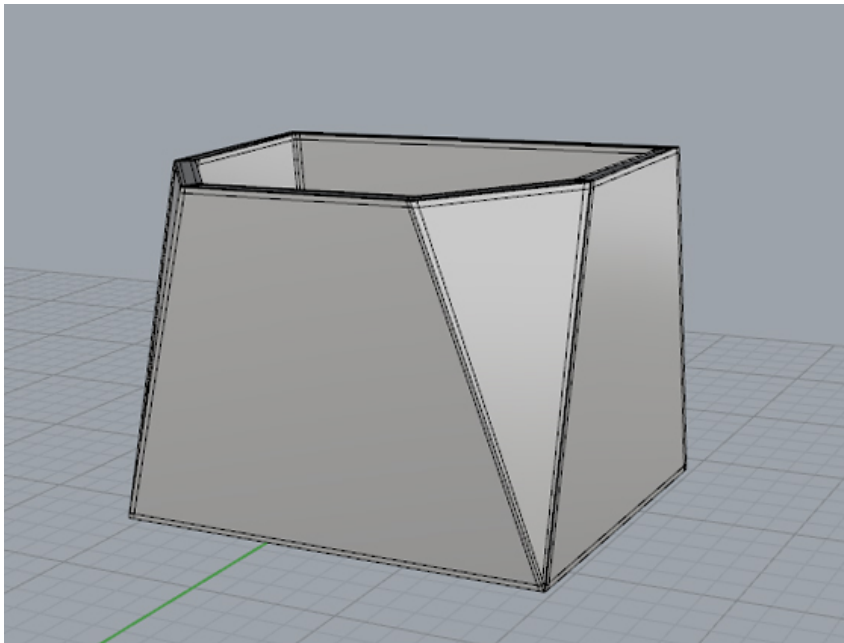
Pidin erityisesti kolmion mallisista muodoista, jotka ovat selät vastakkain. Pienemmät kolmiot voisi yhdistää yhdeksi isoksi kolmioksi, mutta säilyttää sen niin, että yhdessä ruukussa olisi kaksi istutusosaa. Kahteen istutusosaan voisi jakaa myös kuvassa 30 alarivissä olevan kahdesta pyöreästä muodosta muodostuvan ruukun.

Testailin hyvin yksinkertaisilla mallinnuksilla sitä, miltä ruukut näyttäisivät yhdessä, kiinnitettynä takalevyyn.



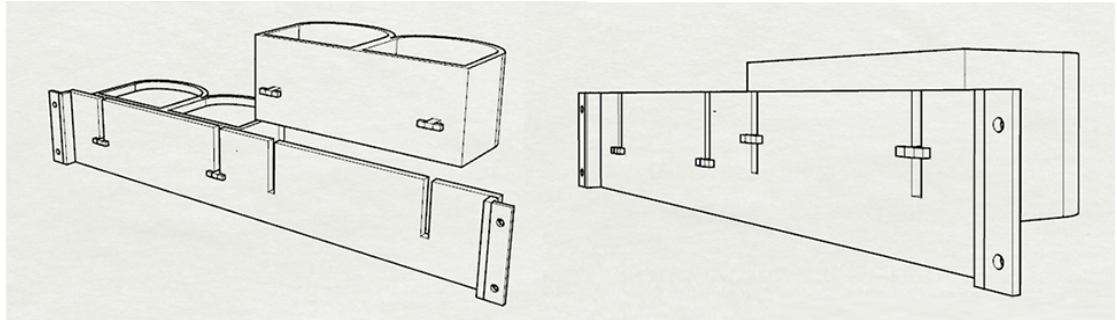
KUVA 32. Pursotetut mallit (Ahonen 2014)

Pidin eniten tiukoista kolmiomuodoista sekä pehmeistä pyöreistä malleista. Päätin, että teen yhdistelmän näistä kahdesta. Lopullisessa versiossa käytin kolmion muotoa tuomaan malliin väriä. Ruukuissa on molemmilla puolilla symmetrisesti kolmion muotoiset värilliset viisteet. Muuten ruukut ovat väriltään valkoisia. Mielestäni tämä yksinkertainen malli sopii moneen kotiin ja sisustukseen, mutta on tarpeeksi mielenkiintoinen, eikä näytä liian tavalliselta.



KUVA 33. Lopullinen ruukkumalli, jossa on kolmion malliset viisteet (Ahonen 2014)

Kun olin saanut ruukut tehtyä, mallinsin takalevyn. Takalevyyn tuli urat, sekä niihin mahtuvat T-kirjaimen malliset tapit jotka ovat kiinni ruukuissa.



KUVA 34. Takalevyn urat ja ruukun kiinnitystapit (Ahonen 2014)

Takalevyn pituus on 55 senttimetriä ja korkeus 15 senttimetriä. Levyyn tulevat urat ovat seitsemän senttimetriä pituussuunnassa ja yhden senttimetrin leveysuunnassa. Ruukut ovat pituussuunnassa 9,50 senttimetriä korkeat ja leveysuunnassa 12 senttimetriä. Mitoitin ruukun ja takalevyn hahmomallista tekemiini havaintoihin perustuen. Mittoja voi muuttaa mikäli valmistus tai estetiikka sitä vaatii.

6.5 Esityskuvien tekeminen ja ilmeen luominen konseptille

Saatuani mallit valmiiksi Rhinoceros-ohjelmassa, siirryin MODOON tekemään niistä esityskuvia. Ruukkuosat suunnittelin valmistettavaksi metallista. Taustalevy voisi olla myös metallinen, mutta olisi mielenkiintoista jos se olisi puuta. Kovan metallin ja luonnonmukaisen puun yhdistäminen on opinnäytetyön alusta asti kiinnostanut minua. Lisäsin kuvaan kasveja tuomaan esiin mittasuhteita sekä eloa kuvaan. Esityskuvissani kolmionmuotoiset viisteet ovat keltaisia ja vihreitä. Ruukun pohjaväri on valkoinen. Tein myös kuvia, joissa kokeilin erilaisia väriyhdistelmiä. Kokeilin esimerkiksi sitä, miltä ruukut näyttäisivät, jos niiden pohjavärinä olisikin musta. Epäilin aluksi että musta ei toimisi ruukuissa, mutta se antaakin niille melko erikoisen ja modernin ulkonäön. Lisää värikokeilukuvia sekä esityskuvia on liitteessä numero yksi.



KUVA 35. Väriyhdistelmä kokeilu: mustavalkoinen ruukku (Ahonen 2014)

Osassa esityskuvista jätin taustan valkoiseksi, jotta katsoja keskittyy tuotteeseen. Tein kuitenkin myös kuvia, joissa tuote on ikään kuin seinällä, jotta katsoja saa käsityksen siitä, millainen tuote olisi jos se oikeasti valmistettaisiin.



KUVA 36. Viimeistellyn konseptin valmis esityskuva (Ahonen 2014)

Puumateriaali jota käytin esityskuvissa on kiiltävä ja vaalea. Lopullisessa tuotteessa materiaali voisi olla esimerkiksi koivua. Ruukkujen pohjamateriaali on metallia, joka on maalattu kiiltävällä maalilla.

Ruukkujen 3D-mallien seinät ovat melko paksuja. Jos ne valmistettaisiin metallista, seinämät olisivat ohuempia. Paksuuden tuntua reunoihin voisi kuitenkin tehdä reunuksilla. Ruukut näyttävät 3D-malleissani ehkä hieman liikaa keraamisilta, vaikka yritin renderöintivaiheessa saada niihin metallin kiiltoa. Mikäli ruukkua vietäisiin tulevaisuudessa tuotantoon, voisi tutkia myös sitä mahdollisuutta, että ruukut valmistettaisiin keramiikasta.

Mikäli taustalevy valmistetaan puusta, tulisi mallia testata ensin, jotta se varmasti kestäisi ruukkujen painon, eikä hajoaisi liitoskohdista. Metallinen taustalevykin pitäisi ennen valmistusta testata, jotta se varmasti kestää ruukkujen painon eikä ala käytössä vääntymään ja antamaan periksi. Mikäli kulmikas taustalevy olisi vaikea tai kallis valmistaa, voisi sen toteuttaa kahdella erillisellä levyllä, joiden väliin on jyrskitty ura, johon ruukun takaseinässä oleva tappi liukuu.

Halusin myös brändätä tuotteeni ja luoda sille tarinaa. En halunnut esitellä Pislä Oy:lle ainoastaan nimetöntä konseptia. Tein Power Point -esityksestä, jonka lähetin yritykselle, mainosmaisen. Tuotteella on nimi, sekä mainosgrafiikka. Mainosgrafiikan idea lähti ruukun värillisistä kolmiomuodoista.



KUVA 37. Siru-ruukkuuoteperheen mainosgrafiikka (Ahonen 2014)

Mainosgraafiikassa, joka on esitelty kuvassa numero 35, näkyy kuinka terävät eriväriset vinoneliöt muodostavat ikään kuin kasvin tuotteen nimen ympärille. Ruukkuotuoteperheen nimi Siru, tulee myös ruukun kolmioista, jotka muistuttavat sirpaleita. Teräville sirpalemuodoille ja Siru-nimelle kontrastia luo pyöreähkö fontti. Harmaa taustaväri tuo vinoneliöistä muodostuvan grafiikan värit hyvin esille. Mainos on omasta mielestäni hyvin raikas, ja se sopii suunnittelemalleni tuotteelle. Omasta mielestäni Siru-tuoteperhe on kokonaisuutena onnistunut. Se täyttää mielestäni design-tuotteen vaatimukset poikkeamalla tavallisista tuotteista ja tarjoamalla erilaisen ratkaisun tavallisiin ruukkuihin verrattuna. Siru-ruukut ovat muotokieleltään melko yksinkertaisia, mutta tarpeeksi viehättäviä, jotta ne houkuttelisivat asiakkaat ostamaan ne itselleen.

6.6 Yrityksen mielipiteet Siru-ruukkujärjestelmästä

Yrityksen tuotepäällikkö Marko Paananen vastasi sähköpostiviestiini, jossa oli esitys Siru-ruukkuotuoteperheestä. Hänen mielestään konsepti on oikein potentiaalinen ja mielenkiintoinen. Takalevyajatus on hänen mielestään hyvä. Takalevyn materiaalivalintaa hän kehottaa pohtimaan siltä kannalta, mihin kohteeseen ruukkujärjestelmä pääasiassa on suunniteltu. Paananen mielestä ruostumaton teräs olisi vakuuttavimman näköinen materiaali, jos tuotteen hinta ei kohoaisi kauhean korkealle.

Värit ovat kuluttajien kannalta hyvä ajatus. Värit auttavat asiakkaita esimerkiksi muistamaan mikä yritys kasvaa missäkin ruukussa. Värit kuitenkin ovat sesonkikohtaisia, joten kannattaa miettiä hyvin tarkkaan mitkä värit valitsee. Liian kirkkaat värit esimerkiksi saattavat karkottaa osan asiakkaista.

Paananen uskoo, että Siru-ruukkuotuoteperheelle voisi hyvinkin löytyä potentiaalisia jälleenmyyjiä. Hän ei usko, että tuote menestyisi kauhean hyvin heidän tuoteportfoliossaan tällä hetkellä, koska muita puutarha-aiheisia tuotteita ei ole. Paananen kuitenkin rohkaisee minua kehittämään tuotetta eteenpäin, ja tarjoamaan sitä muille yrityksille.

7 POHDINTA

Opinnäytetyöni päämäärä oli suunnitella design-tuoteperhe, joka sopisi Pisla Oy:n tuoteportfolioon. Lopullinen suunnittelemani tuote oli Siru-ruukku tuoteperhe, jonka voi kiinnittää taustalevyn avulla seinälle. Mielestäni Siru-ruukku tuoteperhe täytti design-tuotteen vaatimukset, joita kävin läpi opinnäytetyössäni.

Siru-ruukku tuoteperhe on kuitenkin hyvin erilainen kuin mikään muu Pisla Oy:n tuotteista. Heillä ei ole muita puutarha- tai kasvatustuotteita, joten asiakkaat tuskin koskaan löytäisivät Siru-ruukkuja, jos ne olisivat Pislalla myynnissä. Pohdin jo ensimmäisiä konsepteja suunnitellessani, että haluan tarjota Pislalle jotakin hieman heidän normaalista linjastaan poikkeavaa. Pidin valitsemastani suunnasta kiinni koko opinnäytetyön ajan.

Opinnäytetyöni aikana sain tutkia itselleni mielenkiintoisia aiheita, kuten tuoteperheajattelua, designia ja brändäystä. Näiden ajatusten ja aiheiden tutkiminen opinnäytetyöni aikana tulee vaikuttamaan tulevaisuudessa toimintaani helpottavasti. Ymmärrän nyt paremmin, mitä asioita tuotteen suunnittelemisessa ja markkinoinnissa tulee ottaa huomioon.

Tuotteen suunnitteluprosessi oli mielestäni onnistunut. Loin useita uusia tuotekonsepteja. Vaikka mikään suunnittelemani konsepteista ei mene Pislalle tuotantoon, voin jalostaa valitsemiani konsepteja tulevaisuudessa ja yrittää saada ne muuta kautta markkinoille. Opinnäytetyön aikana opin tuntemaan omia vahvuuksiani ja heikkouksiani muotoilijana. Olen erittäin tyytyväinen kykyyni kehitellä uusia konsepteja ja ideoita. Konseptien jatkojalostaminen valmistettavaksi tuotteeksi on minulle vielä hieman vierasta. Opinnäytetyöni viimeisen konseptin mitoittaminen ja valmistusmenetelmien miettiminen olisi ollut yksinkertaisempaa, jos metalli olisi ollut minulle jo entuudestaan tuttu materiaali. Oli kuitenkin mielenkiintoista tutustua uuteen materiaaliin, ja toimia yhteistyössä yrityksen kanssa.

Olen tyytyväinen opinnäytetyöni lopputulokseen. Siru-ruukkujärjestelmä on kehityskelpoinen tuote, jota voin kehittää eteenpäin. Opinnäytetyöni aikana olen oppinut lisää siitä, millaiset työskentelytavat ovat minulle luontevimmat.

LÄHTEET

Aspelund, Karl 2010. The design process. Fairchild Books.

The Coca-cola company 2014a. Historia. Verkkodokumentti.

http://www.coca-cola.fi/nordic-corp/fi_FI/pages/company/history.html Ei päivitystietoja. Luettu 11.10.2014

The Coca-cola company 2014b. The True History of the Modern Day Santa Claus. Verkkodokumentti.

<http://www.coca-colacompany.com/holidays/the-true-history-of-the-modern-day-santa-claus> Ei päivitystietoja. Luettu 11.10.2014

The Coca-cola company 2014c. A History of Coca-Cola Advertising Slogans. Verkkodokumentti.

<http://www.coca-colacompany.com/stories/coke-lore-slogans> Ei päivitystietoja. Luettu 11.10.2014

Eljala, Jokke 2013. Tutkimus: Designilla kilpailuetua ja kasvua yrityksen liiketoimintaan. Verkkodokumentti.

http://www.avainlippu.fi/sites/default/files/article_attachment/design-seuranta_tutkimus_2012_2013.pdf Ei päivitystietoja. Luettu 5.10.2014

Elka 2014. Fida, finnish industrial design archives. Verkkodokumentti.

<http://www.elka.fi/fida/index.php?id=21> Ei päivitystietoja. Luettu 5.11.2014

Forbes 2014. Powerful brands list. Verkkodokumentti.

<http://www.forbes.com/powerful-brands/list/> Päivitetty tammikuussa 2013. Luettu 8.10.2014

Gad, Thomas 2001. 4D brandi-malli: menetelmä tulevaisuuden brandin luomiseen Gummerus:Jyväskylä

Hohti,Paula 2011. Rajaton muotoilu: näkökulmia suomalaiseen taideteollisuuteen. Helsinki: Avain

Huhtamo, Erkki 2001. Taide&Design-lehti 2001 nro 1. Helsinki: Pronto Group International.

Kalliomäki, Anne 2014. Tarinallistaminen: Palvelukokemuksen punainen lanka. Helsinki: Talentum

Kettunen, Ilkka 2001. Muodon palapeli. Helsinki: Sanoma Pro Oy.

Kotakeittiö 2014. Kotakeittiö tulisija. Verkkodokumentti.

<http://www.kotakeittio.fi/fi/?ID=1367> Ei päivitystietoja. Luettu 5.11.2014

Lehtinen, Markku 1994. Teollinen muotoilu: tuotekehityksen ja markkinoinnin tuki. Jyväskylä: Gummerus

Metropolia 2014. Teollisen muotoilun suuntautumisvaihtoehto. Verkkodokumentti.

<http://www.metropolia.fi/koulutusohjelmat/kulttuuri-ja-luova-ala/muotoilu/teollinen-muotoilu/> Ei päivitystietoja. Luettu 5.11.2014.

Pisla Oy 2014a. Yritysinfo. Verkkodokumentti.
<http://www.pisla.fi/page.php?page=4> Ei päivitystietoja. Luettu 28.5.2014

Pisla Oy 2014b. Pislalle design-tuotteita suunnitellut Kirsi Svärd palkittu. Verkkodokumentti. <http://www.pisla.fi/news.php?n=18> Ei päivitystietoja. Luettu 28.5.2014

Soininen, Juha-Pekka 1997. Asiakastarvelähtöisyys elektronisen tuoteperheen suunnittelussa. Espoo: Valtion teknillinen tutkimuskeskus. Verkkodokumentti.
<http://www.vtt.fi/inf/pdf/julkaisut/1997/J822.pdf> Ei päivitystietoja. Luettu 5.10.2014

Suomen Ammattiliittojen Keskusjärjestö SAK ry: Työelämäsano. Verkkodokumentti.
<http://www.tyoelamasanasto.fi/b/brandi/> Ei päivitystietoja. Luettu 8.10.2014

Suonio, Lisa 2010. Brändikäs. Hämeenlinna: Talentum

Vitsoe 2014. Dieter Rams: ten principles for good design. Verkkodokumentti.
<http://www.vitsoe.com/eu/about/good-design> Ei päivitystietoja. Luettu 5.10.2014

Wikipedia 2014. Dieter Rams. Verkkodokumentti.
http://fi.wikipedia.org/wiki/Dieter_Rams Ei päivitystietoja. Luettu 5.10.2014

KUVIEN LÄHTEET

Kuva 1. Jukka Rintalan suunnittelema verhoja. Verkkodokumentti.
http://www.pisla.fi/images/145102_63008110+_W.jpg
http://www.pisla.fi/images/145637_63008130+_W.jpg Käytetty 20.5.2014

Kuva 2. Pislän kylpyhuonetuote valikoimaa. Verkkodokumentti.
http://www.pisla.fi/images/123345_11001680_W2.jpg
http://www.pisla.fi/images/121608_11001640_W2.jpg
http://www.pisla.fi/images/113954_11008800_W.jpg
http://www.pisla.fi/images/70204710_w_1403_609.jpg
http://www.pisla.fi/images/104437_11903020_W2.jpg
http://www.pisla.fi/images/200712/025590200712181524_11800120_W.jpg Käytetty 1.10.2014

Kuva 3. Esimerkkejä tulisijatuotteista ja kotakeittiöistä. Verkkodokumentti.
http://www.pisla.fi/images/200801/068239200801281128_40100170_W.jpg
http://www.pisla.fi/images/200801/008006200801281158_40200190_W.jpg
http://www.kotakeittio.fi/fi/document.cfm?doc=show&doc_id=201
http://www.pisla.fi/images/40900110_w_ce_1408_92c.jpg Käytetty 1.10.2014

Kuva 4. Erilaisia takorautaisia sisustustuotteita. Verkkodokumentti.
http://www.pisla.fi/images/134444_70900600_W.jpg
http://www.pisla.fi/images/144439_70901920_W.jpg
http://www.pisla.fi/images/090847_70902180_W.jpg

[http://www.pisla.fi/images/143943_70902060_W\(2\).jpg](http://www.pisla.fi/images/143943_70902060_W(2).jpg) Käytetty 1.10.2014

Kuva 5. Pislän saunatuote valikoimaa. Verkkodokumentti.

http://www.pisla.fi/images/085046_70400360_W2.jpg

http://www.pisla.fi/images/70407080_w_1406_aa1.jpg

http://www.pisla.fi/images/70407100_w_1406_e1a.jpg

http://www.pisla.fi/images/70407060_w_1406_467.jpg

http://www.pisla.fi/images/70407120_w_1406_6f8.jpg

http://www.pisla.fi/images/70407140_w_1406_d1b.jpg

http://www.pisla.fi/images/49900040_w_1404_of0.jpg

http://www.pisla.fi/images/49900020_puilla_w_1404_642.jpg

http://www.pisla.fi/images/4990002m_w3_1404_418.jpg

http://www.pisla.fi/images/4990004m_puilla_w_1404_dec.jpg

http://www.pisla.fi/uploads/Pisla_kiulu_ja_Puunkantoteline.jpg Käytetty 1.10.2014

Kuva 6. Heloitukset ja haat ovat tuoteryhmänä laaja. Verkkodokumentti.

http://www.pisla.fi/images/10112520_w_1409_1a3.jpg

http://www.pisla.fi/images/160158_10111140_W.jpg

http://www.pisla.fi/images/090512_10111220_W.jpg

http://www.pisla.fi/images/124229_10107780_W.jpg

http://www.pisla.fi/images/105149_10101940_W.jpg

http://www.pisla.fi/images/10712820_w_1403_2a3.jpg

http://www.pisla.fi/images/10712960_w_1404_ffc.jpg Käytetty 1.10.2014

Kuva 8. Esimerkkejä Wirkkalan töistä. Verkkodokumentti.

http://www.finnishdesignshop.fi/images/WirrkalaTapio_.jpg

http://www.finnishdesignshop.fi/product_thumb.php?img=images/kanttarelli_210_iso

http://www.finnishdesignshop.fi/product_thumb.php?img=images/8Iittala_UltimaThule_iso.jpg&w=350&h=350

http://www.finnishdesignshop.fi/product_thumb.php?img=images/2IittalaGaissa_iso.jpg&w=350&h=350

http://www.kultakeskus.fi/datafiles/userfiles/onet/fi/736-019_1.jpg Käytetty 1.10.2014

Kuva 9. Esimerkkejä Coca-Colan mainonnasta. Verkkodokumentti.

<http://tinyurl.com/q83ntna>

<http://tinyurl.com/pr45tgg>

<http://tinyurl.com/n55rhsh>

http://i.ytimg.com/vi/bg_zxsxyKyM/0.jpg Käytetty 8.10.2014

Kuva 12. Birger Kaipiaisen suunnittelema Paratiisi-kuosi Arabian astiastossa. Verkkodokumentti.

<http://tinyurl.com/of83kqq>

<http://tinyurl.com/nq92hev>

<http://tinyurl.com/o5p3zd2>

<http://tinyurl.com/pmmbg9h> Käytetty 8.10.2014

Kuva 13. Mariskoolin kaksi eri kokoa. Verkkodokumentti.

<http://iittala.scene7.com/is/image/iittala/series-iittala-maribowl-2> Käytetty 8.10.2014

Kuva 14. Sagaformin Taste-tarjoilukulho. Verkkodokumentti.

<http://www.scandinaviandesigncenter.fi/ProductImages/Sagaform/15775/01/470x470/01.jpg>

<http://www.scandinaviandesigncenter.fi/ProductImages/Sagaform/15775/01/470x470/03.jpg> Käytetty 11.10.2014

Kuva 15. Ikea PS naulakko. Verkkodokumentti.

http://www.ikea.com/fi/fi/images/products/ikea-ps--__0276419_PE414845_S4.JPG

http://www.ikea.com/fi/fi/images/products/ikea-ps--__0240272_PE379908_S4.JPG

Käytetty 11.10.2014

Kuva 16. Moodboard naulakoista. Verkkodokumentti.

http://www.finnishdesignshop.fi/media/29NormannCopenhagen_iso-350.jpg

http://www.finnishdesignshop.fi/media/74Marimekko2010_iso-350.jpg

http://www.finnishdesignshop.fi/media/41Gubi_rosa_iso-350.jpg

http://www.finnishdesignshop.fi/media/10MagisMeToo_iso-350.jpg

http://www.finnishdesignshop.fi/media/3Oka_iso-350.jpg

http://www.finnishdesignshop.fi/media/9Oka_iso-350.jpg

http://www.finnishdesignshop.fi/media/103Swedese_iso-350.jpg

http://www.finnishdesignshop.fi/media/11MinusTio11_iso-350.jpg

http://www.finnishdesignshop.fi/media/3MinusTio09_iso-350.jpg Käytetty 20.9.2014

Kuva 17. Moodboard erilaisista yrttiruukku ratkaisista. Verkkodokumentti.

http://www.finnishdesignshop.fi/media/33Sagaform_iso-350.jpg

http://www.finnishdesignshop.fi/media/3Boskke_iso-350.jpg

http://www.finnishdesignshop.fi/media/herbstand2_iso-350.jpg

http://www.finnishdesignshop.fi/media/5Kekkila_iso-350.jpg

http://www.finnishdesignshop.fi/media/21Kekkila_iso-350.jpg Käytetty 20.9.2014

LIITE 1.

Kuvia valmiista konseptista



LIITE 1(2).

Kuvia valmiista konseptista

