

Satu Kuusisto

Betoninen kaluste- ja sisustustuotemallisto Rento Design Oy:lle

Opinnäytetyö

Kevät 2016

SeAMK Kulttuuri

Muotoilun tutkinto-ohjelma



SEINÄJOEN AMMATTIKORKEAKOULU
SEINÄJOKI UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

SEINÄJOEN AMMATTIKORKEAKOULU

Opinnäytetyön tiivistelmä

Koulutusyksikkö: Liiketoiminta ja kulttuuri

Tutkinto-ohjelma: Muotoilu

Suuntautumisvaihtoehto: Teollinen kalustemuotoilu

Tekijä: Satu Kuusisto

Työn nimi: Betoninen kaluste- ja sisustustuotemallisto Rento Design Oy:lle

Ohjaaja: Juha Sarviaho ja Vuokko Takala-Schreib

Vuosi: 2016

Sivumäärä: 80

Liitteiden lukumäärä: 4

Opinnäytetyössä suunniteltiin betoninen kaluste- ja sisustustuotemallisto Rento Design Oy:lle. Opinnäytetyön tavoitteena oli suunnitella kaluste- ja sisustustuotemallistokonsepti, joka miellyttää sekä toimeksiantajayritystä että yrityksen asiakkaita eli tuotteiden loppukäyttäjiä. Malliston tuotteiden tuli siis mukailla niin yrityksen kuin kuluttajien tyyliä. Tavoitteena oli suunnitella betonista uudenlaisia ja mielenkiintoisia käyttöesineitä. Projekti oli käyttäjälähtöinen ja Rento Designin asiakkaat olivat projektissa mukana.

Projektin tutkimusmenetelmänä käytettiin kyselytutkimusta. Rento Designin asiakaskunnalle teetettiin asiakaskysely, jonka tulokset toimivat pohjana kaluste- ja sisustustuotemalliston suunnittelulle. Raportin teoreettinen viitekehys käsittelee käyttäjälähtöistä muotoilua, pientuotteiden käyttöä sisustuksissa, betonin käyttöä esineissä ja kotien sisustuksissa. Projektin lopussa pohdiskeltiin myös malliston mahdolliseen markkinointiin liittyviä asioita yhdessä toimeksiantajan kanssa.

Opinnäytetyössä saatiin selville Rento Designin asiakaskunnan tyylillisiä mieltymyksiä ja kodinesineisiin liittyviä tarpeita. Suunnittelutyön ja yhteistyöyrityksen valintojen tuloksena syntyi viisi tuotetta sisältävä betoninen kaluste- ja sisustustuotemallistokonsepti. Opinnäytetyön produktiivinen tuotos oli 3D-mallinnetut suunnitelmat, projektiot ja mitoituskuvat mallistokonseptin tuotteista.

Avainsanat: betoni, kalustemuotoilu, sisustustuote, mallisto, käyttäjälähtöinen

SEINÄJOKI UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Thesis abstract

Faculty: School of Business and Culture

Degree programme: Design

Specialisation: Industrial Furniture Design

Author/s: Satu Kuusisto

Title of thesis: Concrete furniture and decoration product collection for Rento Design Oy

Supervisor(s): Juha Sarviaho and Vuokko Takala-Schreib

Year: 2016

Number of pages: 80

Number of appendices: 4

The aim of this thesis was to design a collection of concrete furniture and decoration products for Rento Design Oy. The goal of this thesis was to design a collection which would please both the company and its customers. The style of the collection was inspired by the style of the company and its customers. The goal was to design a new kind of interesting items made of concrete, which would also be useful. This project was user-centered, and Rento Design's customers were part of the project.

The research method in this project was a survey. A customer survey was conducted among the customers of Rento Design, the results of which provided the basis for the design of the furniture and decoration collections. The theoretical framework focuses on user-centered design, decoration products used in interior decoration, and on the use of concrete in items and home decorations. At the end of the project, the marketing of the collection was also under discussion.

The customers' style and their needs of different items were researched in this thesis. The collection concept is a result of the design process and the company's decisions. The collection includes five different products. The productive output of this project consisted of 3D models, projections, and dimensioning images of the products.

Keywords: concrete, furniture design, decoration product, collection, user-centered

SISÄLTÖ

Opinnäytetyön tiivistelmä.....	2
Thesis abstract.....	3
SISÄLTÖ.....	4
Kuva-, kuvio- ja taulukkoluetelo.....	6
Käytetyt termit ja lyhenteet.....	9
1 JOHDANTO.....	10
2 YHTEISTYÖYRITYS.....	11
2.1 Yritystoiminta.....	11
2.2 Asiakkaat.....	16
2.3 Yrityksen visuaalisen ilmeen kuva-analyysi.....	18
3 YHTENÄISEN MUOTOKIELEN MUODOSTUMINEN SISUSTUSTUOTEMALLISTOSSA.....	23
3.1 Muotokielen yhtenäisyys.....	23
3.2 Pientuotteet sisustuksessa.....	24
4 BETONI SISUSTUKSESSA.....	25
4.1 Kalusteet.....	25
4.2 Sisustustuotteet ja pinnat.....	28
4.3 Betonitekniikka sisustustuotteissa.....	29
4.3.1 Materiaali.....	30
4.3.2 Muotit ja valu.....	31
4.3.3 Pigmentit ja pintakäsittely.....	33
4.3.4 Koristelu.....	34
5 KÄYTTÄJÄLÄHTÖINEN MUOTOILU.....	36
5.1 Kyselyn toteutus.....	37
5.2 Tulosten analysointi.....	39
6 SUUNNITTELU.....	49
6.1 Suunnittelukriteerit.....	49
6.2 Ideointi.....	50
6.3 Ideoiden valinta.....	51

6.4	Konseptointi	55
6.5	Konseptien valinta.....	58
6.6	Jatkokehittely	59
6.7	Kuluttajapalaute	66
6.7.1	Toteutus.....	66
6.7.2	Analyysi.....	67
7	LOPULLINEN MALLISTO	69
8	MALLISTON MARKKINOINTI	75
9	YHTEENVETO JA POHDINTA	77
	LÄHTEET	79
	LIITTEET	82

Kuva-, kuvio- ja taulukkoluettelo

Kuva 1. Read it 'n' wear it -malliston kirjekuorilaukku (Rento Design 2013).	12
Kuva 2. Nuoteista valmistettu rahapussi (Rento Design 2013).	12
Kuva 3. Muotilehden sivusta valmistettu toalettilaukku (Rento Design 2013).	13
Kuva 4. Sibelius 150 -juhlavuoden julisteesta valmistettu laukku (Rento Design 2013).	13
Kuva 5. Sarjakuvilla "tuunatut" tarjottimet (Rento Design 2013).	14
Kuva 6. Keittiön kaapinovista valmistetut säilytyslaatikot (Rento Design 2013).	15
Kuva 7. Rento Designin Noora Aalto -julistemalliston juliste (Rento Design 2013).	15
Kuva 8. Vihreä metallituoli Rento Designin tuotevalikoimasta (Rento Design 2013).	16
Kuva 9. Jonas Bohlin betoninen Concrete-karmituoli.....	25
Kuva 10. Florian Schmidin betoninen Stitching Concrete -jakkara (Florian Schmid 2016).	27
Kuva 11. Kuitubetonista valmistettu Vann-jakkara (Jysk, [viitattu 15.2.2016.]	27
Kuva 12. Betonista askarreltu pöytäkello (Eilen tein 2013).	29
Kuva 13. Pitsikoristeltu ja valkoiseksi maalattu betonilaatta (Pientä kivaa 2014)..	35
Kuva 14. Ensimmäiset käsin piirretyt luonnokset.	50
Kuva 15. Luonnoksia tarjoiluastioista.	55
Kuva 16. Viisto-mallisto.....	60
Kuva 17. Viisto-malliston jakkara.	60

Kuva 18. Viisto-malliston halko-/lehtiteline.....	61
Kuva 19. Viisto-malliston pikkupöytä.....	61
Kuva 20. Viisto-malliston ruukku/vaasi.....	62
Kuva 21. Viisto-malliston tarjoiluastia.....	62
Kuva 22. Siro-mallisto.....	63
Kuva 23. Siro-malliston jakkara.....	64
Kuva 24. Siro-malliston halko-/lehtiteline.....	64
Kuva 25. Siro-malliston pikkupöytä.....	65
Kuva 26. Siro-malliston ruukku/vaasi.....	65
Kuva 27. Siro-malliston tarjoiluastia.....	66
Kuva 28. Lopullinen mallistokonsepti.....	69
Kuvio 1. Rento Designin sarjakuvatuotteita (Rento Design 2013).....	19
Kuvio 2. Vanhoja rustiikkiisiä tuotteita Rento Designin tuotevalikoimasta (Rento Design 2013).....	20
Kuvio 3. Rento Designin tuotevalikoimassa on paljon kirkkaita värejä (Rento Design 2013).....	21
Kuvio 4. Rento Designin liiketila Kauppakeskus Tavastilassa Hämeenlinnassa (Rento Design 2013).....	22
Kuvio 5. Iittalan Alvar Aalto -kokoelma (Iittala, [viitattu 10.3.2016].).....	23
Kuvio 6. Suurin osa kyselyyn vastaajista oli 31–40-vuotiaita.....	39
Kuvio 7. Betonista valmistettävien tuotteiden välinen äänijakauma.....	41

Kuvio 8. Kyselyyn vastaajista 50 % piti sisustustyyliään klassisena, ajattomana ja designina.	42
Kuvio 9. Kuvakollaaseista vastaajia eniten miellyttivät Tyyli 1 ja Tyyli 3.	43
Kuvio 10. Asiakaskyselyn Tyyli 1 -kuvakollaasi (Liite 2).....	47
Kuvio 11. Asiakaskyselyn Tyyli 3 -kuvakollaasi (Liite 2).....	47
Kuvio 12. Toimeksiantajalle esitellyt luonnokset tuoteideoista.	51
Kuvio 13. Ensimmäisistä jakkara-ideoista 3D-mallinnetut kuvat.	52
Kuvio 14. Ensimmäisistä pikkupöytä-ideoista 3D-mallinnetut kuvat.	52
Kuvio 15. Ensimmäisistä halko-/lehtiteline -ideoista 3D-mallinnetut kuvat.	53
Kuvio 16. Jatkosuunnitteluun valitut tuoteideat.	54
Kuvio 17. Mallistokonsepti 1 -planssi.	56
Kuvio 18. Mallistokonsepti 2 -planssi.	57
Kuvio 19. Lopullisen malliston jakkara.	70
Kuvio 20. Lopullisen malliston halko-/lehtiteline.	71
Kuvio 21. Lopullisen malliston pikkupöytä.....	72
Kuvio 22. Lopullisen malliston ruukku/vaasi.....	72
Kuvio 23. Lopullisen malliston tarjoiluastia.....	73

Käytetyt termit ja lyhenteet

Kierrätystuotteet	Tuotteita, jotka on valmistettu vanhaa materiaalia uudelleen käyttämällä tai hyötykäyttämällä jotain ylijäämä materiaalia.
Tuunaus	Esineiden itse muokkaamista siten, että vanhasta tai tavallisesta saadaan uutta ja yksilöllistä. Tuunaus on sitä, että turhille asioille keksitään uusi käyttötarkoitus, vanhaa uudistetaan tai vanhoista tuotteista valmistetaan kokonaan uusi tuote.
Luonnos	Nopea piirustus tai hahmotelma.
3D-mallinnus	Tuotteiden kolmiulotteista suunnittelua tietokoneella.
Renderointi	3D-mallinnuksesta kuvan luominen tietokoneohjelmalla.
Projektio	Teknisissä piirustuksissa kolmiulotteisen kappaleen kuvaaminen kaksiulotteisessa tasossa. Kappale kuvataan yleensä 90° välein käänntyistä kuvakulmista.
Planssi	Suunnitelmaa kuvaava juliste, jossa tehty työ on esitelty. Planssissa on yleensä yksi tai useampi kuva, otsikko ja joitain tarkentavia tekstejä.

1 JOHDANTO

Sain opinnäytetyöhöni toimeksiannon Rento Design Oy:ltä. Opinnäytetyöni aiheena on suunnitella yritykselle betoninen kaluste- ja sisustustuotemallisto. Tuotemallisto on konseptitasoinen, ja työn lopullinen tuotos on 3D-mallinnetut tuotekuvat. Tavoitteenani on luoda yhteneväistä muotokieltä puhuva kodin piensisustustuotemallisto. Malliston tulisi viestiä niin yrityksen kuin heidän asiakkaidensa tyyliä.

Pyrin opinnäytetyössäni selvittämään yrityksen asiakkaiden tyyliä, mieltymyksiä ja tarpeita, ja vastaamaan niihin suunnittelemallani tuotemallistolla. Projekti on siis asiakas- ja käyttäjälähtöinen. Lisäksi analysoin opinnäytetyössäni Rento Designin tyyliä kuva-analyysin kautta. Suunnittelen projektissa kaksi mallistokonseptia, joista loppukäyttäjät saavat valita lopullisen malliston. Projektin lopussa pohdiskelen myös malliston mahdolliseen markkinointiin liittyviä asioita yhdessä toimeksiantajan kanssa. Olen laatinut opinnäytetyölleni aikataulun ja vaiheistuksen, jonka mukaan toteutan projektin (Liite 1).

Projektin päätavoitteena on suunnitella kaluste- ja sisustustuotemallisto, joka miellyttäisi yhteistyöyritystä ja ennen kaikkea yrityksen asiakkaita eli tuotteiden loppukäyttäjiä. Projektissa henkilökohtaisena sivutavoitteenani on keksiä betonille uusia käyttötarkoituksia, ja suunnitella siitä uudenlaisia mielenkiintoisia käyttöesineitä. Tavoitteenani on suunnitella mallistoon yksilöllisiä ja ainutlaatuisia tuotteita, vaikkakin tuotteiden valmistus tapahtuisi sarjatuotantona.

Raportissani selvitän sisustustuotteiden käyttöä kotien sisustuksissa. Lisäksi tuon ilmi omaa käsitystäni yhtenäisestä muotokielestä mallistotuotteiden välillä. Käsittelem raportissani myös betonia; sen käyttöä esineissä ja sen käyttömahdollisuuksia kotien sisustuksissa. Lisäksi kerron betonin yleiskäsityksistä ja eri betonilajien käytöstä sisustustuotteiden ja kalusteiden valmistuksessa. Opinnäytetyöraportissani tulen myös raportoimaan projektin koko muotoiluprosessin.

2 YHTEISTYÖYRITYS

Yhteistyöyritykseni on hämeenlinnalainen Rento Design Oy. Rento Design on sisustusliike, joka tarjoaa urbaania muotia ja sisustusta. Yritys on kahden yrittäjän pienyritys. Rento Designin yrittäjäkaksikko on luonnehtinut tuotteidensa teemoiksi industrial, kierrätys ja uniikki. Yritys aloitti toimintansa verkkokauppana vuonna 2011, mutta on sittemmin avannut myös liikkeen Hämeenlinnan keskustaan. Rento Designin tuotevalikoima koostuu pääsääntöisesti kierrätystuotteista. (Rento Design 2013.)

2.1 Yritystoiminta

Rento Design aloitti toimintansa t-paidoista, julisteita ja omaperäisestä Read it 'n' wear it -mallistosta. Read it 'n' wear it -malliston tuotteisiin kuuluu laukkuja, kuten kirjekuori- (Kuva 1), ilta- ja olkalaukkuja sekä urheilukasseja. Lisäksi mallistoon kuuluu pienempiäkin tuotteita, kuten rahapusseja (Kuva 2), kännykkäsuojia, penaaaleja, meikkipusseja ja toalettilaukkuja (Kuva 3). Read it 'n' wear it -malliston tuotteet ovat kierrätystuotteita, sillä ne valmistetaan vanhoista muotilehdistä, sarjakuvista ja nuoteista ja ovat näin ollen jokainen uniikkeja kappaleita. Yritys on kehittänyt tuotteiden valmistukseen oman valmistustekniikan. Lisäksi yritys tekee tilaustöitä, joihin lukeutuvat esimerkiksi yritysten liikelahjat, joita voidaan valmistaa vaikkapa yrityksen mainosjulisteista (Kuva 4). Yritysten lisäksi tilaustöitä tilaavat yksityisasiakkaat, joille tuotteita valmistetaan heidän omien materiaalien tai toiveiden pohjalta. (Rento Design 2013.)



Kuva 1. Read it 'n' wear it -malliston kirjekuorilaukku (Rento Design 2013).



Kuva 2. Nuoteista valmistettu rahapussi (Rento Design 2013).



Kuva 3. Muotilehden sivusta valmistettu toalettilaukku (Rento Design 2013).



Kuva 4. Sibelius 150 -juhlavuoden julisteesta valmistettu laukku (Rento Design 2013).

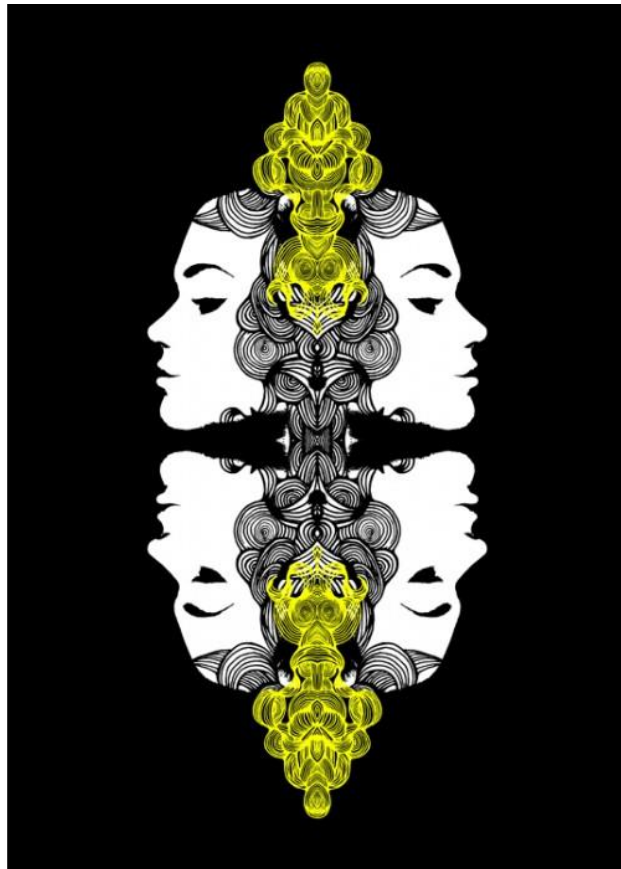
Vuonna 2014 yritys laajensi toimintaansa myös kalusteisiin ja sisustustuotteisiin. Sen myötä tuotevalikoima on kasvanut esimerkiksi seinätaskuilla, tarjottimilla (Kuva 5), seinänaulakoilla, tuoleilla, pöydillä, sisustuskeinuilla sekä vanhoista keittiön kaapinovista ”tuunatuilla” säilytyslaatikoilla (Kuva 6), vaatetangoilla ja hyllyillä. Tuotevalikoimaan on tullut myös lisää julisteita (Kuva 7). Lisäksi yritys jälleenmyy vanhoja käytettyjä kalusteita, jotka ovat peräisin ulkomailta. Osa on peräisin esimerkiksi Intiasta ja Indonesiasta. Näitä käytettyjä kalusteita ovat puiset ja metalliset kaapit sekä tuolit (Kuva 8). Yrityksen muita jälleenmyytäviä metallisia tuotteita ovat myös säilytyslaatikot, lyhdyt ja hauskat kyltit. Lisäksi tuotevalikoimaan kuuluu kierrätys silkistä kudotut värikkäät räsymatot. Rento Designin tuotteisiin voidaan yhdistää sanat huumorintaju, värikkäys, ekologisuus sekä yksilöllisyys. (Rento Design 2013.)



Kuva 5. Sarjakuvilla ”tuunatut” tarjottimet (Rento Design 2013).



Kuva 6. Keittiön kaapinovista valmistetut säilytyslaatikot (Rento Design 2013).



Kuva 7. Rento Designin Noora Aalto -julistemalliston juliste (Rento Design 2013).



Kuva 8. Vihreä metallituoli Rento Designin tuotevalikoimasta (Rento Design 2013).

2.2 Asiakkaat

Rento Design Oy:llä on paljon yhtäläisyyksiä suomalaisen Globe Hope Oy:n kanssa. Yrityksillä on samantyylinen liikeidea, arvot ja tuotekategoriat. Tästä syystä voidaan olettaa myös yritysten asiakaskuntien muistuttavan toisiaan. Koska Rento Design ja Globe Hope omaavat mitä luultavimmin toisiaan muistuttavan asiakaskunnan, tulen seuraavaksi viittaamaan vuonna 2011 Globe Hopelle tehtyyn kuluttaja-asiakastutkimukseen (Kettula 2011).

Globe Hopen kuluttaja-asiakastutkimuksen mukaan yrityksen asiakasryhmä koostuu ympäristöystävällisyyttä arvostavista naiskuluttajista. Tutkimustulosten perusteella tärkeimpänä valintakriteerinä yrityksen tuotteille pidettiin kierrätysmateriaalia. Toiseksi tärkeimmäksi valintakriteeriksi nousi tuotteiden design ja kolmanneksi tärkein kriteeri oli tuotteiden eettisyys. Puolet Globe Hopen kuluttaja-

asiakastutkimukseen vastaajista pyrkii kierrättämään materiaalia arkielämässään. Enemmistö vastaajista on myös valmis maksamaan enemmän ympäristöystävällisesti ja eettisesti tuotetuista tuotteista. (Kettula 2011.)

Rento Designin asiakasryhmän voidaan siis olettaa koostuvan ympäristöystävällisyyttä, eettisyyttä ja designia arvostavista naiskuluttajista. Tämä on myös oma kokemukseni Rento Designin asiakkaista, suorittaessani yrityksessä työharjoittelua syksyllä 2014. Rento Designin asiakkaiden voidaan luonnehtia näin ollen kuuluvan niin sanottuun LOHAS-kuluttajaryhmään eli ryhmään, joka tekee ostopäätöksensä eettisen, ekologisen ja terveellisen kuluttamisen mukaan. Tämä kuluttajaryhmä ei ole kulutusvastainen, vaan suhteellisen kulutusmyönteinen joukko, joka peräänkuuluttaa niin sanotusti järkevää kuluttamista. (Mäki 2013).

Rento Designin asiakkaat haluavat kannattaa materiaalien uudelleenkäyttöä ja vanhojen kalusteiden kierrätystä. Tuotteet ovat selkeästi kierrätystuotteita, eikä sitä ole yritetty peitellä. Tuotteilla on mielenkiintoinen tarina, ja materiaalin uudelleenkäyttö on tuotteissa selkeästi nähtävillä. Tuotteet saattavat nousta ulkonäkönä ja persoonallisuutensa vuoksi helposti keskustelunaiheeksi. Tuotteita ostavat kuluttajat pitävät luultavasti tuotteiden aiheuttamasta huomiosta ja haluavat kertoa kierrätystuotteiden tarinaa eteenpäin ja sitä kautta edesauttaa kierrätystuotteiden suosion kasvua.

Globe Hopen kuluttaja-asiakastutkimuksessa selvisi, että asiakasryhmään kuuluu kuluttajia, jotka haluavat persoonallisella pukeutumisella erottautua joukosta eli designin koetaan olevan tuotteissa tärkeää (Kettula 2011). Uskoisin, että myös Rento Designin asiakkaat haluavat pukeutumiseensa persoonallisuutta. Rento Designin tuotteet ovat huumorintajuisia ja huomiota herättäviä. Uskoisinkin Rento Designin asiakkaiden omaavan huumorintajuisen ja hauskan tyylin, johon tuotteet sopivat. Rento Designin asiakkaat arvostavat yrityksen tuotteissa luultavasti niiden ainutlaatuisuutta. Asiakkaat haluavat kotiinsa persoonallisia kalusteita ja sisustus tuotteita, sen sijaan, että ostaisivat kotiinsa tuotteita vain suurilta valmistajilta. Asiakkaita ovat kuluttajat, jotka arvostavat suomalaista käsityötä ja haluavat myös ostokäyttäytymisellään kannattaa sitä.

2.3 Yrityksen visuaalisen ilmeen kuva-analyysi

Koen tuntevani Rento Designin tyylin melko hyvin, sillä suoritin heillä puolet opin-tojeni työharjoittelusta syksyllä 2014. Työharjoittelussani suunnittelin ja valmistin yritykselle myyntiin sisustuspuolen tuotteita ja kalusteita. Syksyllä 2015 toteutimme yrityksen kanssa myös yhteistyöprojektin, jossa suunnittelin heille betonisen va-laisimen. Syksyn projektia varten haastattelin toimeksiantajaa visuaalisella haas-tattelulla, jonka avulla selvitin yrityksen tyyliisuuntaa esittämällä kuvia erilaisista sisustustyyli suunnista.

Visuaalisessa haastattelussa yritystä miellytti eniten industrial-tyylikuva ja sen yk-sittäiset elementit. Industrial-sisustustyyli on teollinen tyyli, jossa teollisena raken-nusmateriaalina käytetty betoni on keskeinen tyylikelementti. Industrial-tyyli on alun perin lähtöisin vanhoista isoista teollisuushalleista, joihin on sittemmin rakennettu loft-asuntoja. Näissä asunnoissa betoni on pintamateriaalina oleellinen osa sisus-tusta. Industrial-tyylin lisäksi boheemi sisustustyyli kuvasi parhaiten yrityksen tyy-liä. Boheemissa tyyliissä ominaista on materiaalien laaja kirjo. Boheemissa tyyliissä nähdään usein pehmeitä tekstiilejä, nahkaa, maanläheistä puuta, luonnosta poi-mittuja elementtejä kuten sulkia tai sarvia. Boheemissa tyyliissä yritys piti rönsyile-vistä yksityiskohdista ja väreistä.

Rento Designin tuotteisiin voidaan yhdistää sanat huumorintaju, värikkyys, ekolo-gisuus ja yksilöllisyys. Rento Designin tuotteet ilmentävät kirkkaiden värien ja ma-teriaalien kautta humoristisuutta ja rentoutta. Humoristisuutta tuotteisiin tuovat muun muassa sarjakuvat, joita on käytetty kokonaisvaltaisesti yrityksen tuotteissa (Kuvio 1). Sarjakuvat näkyvät niin Read it 'n' wear it -malliston tuotteissa kuin si-sustuspuolen tuotteissa. Materiaalien uudelleenkäyttö on tausta-ajatuksena yrityk-sen useimmissa tuotteissa. Tuotteissa vallitsevat materiaalit ovat vanhat sarjaku-vat, nuotit ja aikakauslehtien sivut. Tuotteet sopivatkin materiaalikirjon ansiosta niin lapsille, nuorille kuin aikuisille. Yritykseltä löytyy lähes joka tyyliin sopivia tuot-teita.



Kuvio 1. Rento Designin sarjakuvatuotteita (Rento Design 2013).

Rento Designin tuotevalikoimaan kuuluvat myös käytetyt huonekalut ja sisustus-
tuotteet, jotka tuovat tuotevalikoiman ilmeeseen kulutetun rustiikkista tyyliä (Kuvio
2). Nämä tuotteet ovat käytössä kauniisti kuluneita ja patinoituneita, eikä vanhaa
pintaa ole uudelleen käsittelemällä peitetty. Käytetyt huonekalut ja sisustustuotteet
tuovat yrityksen tyyliin lisävaikutteita kierrätyksestä ja uudelleenkäytöstä. Koska
tuotteet ovat uniikkeja kierrätystuotteita, on tuotevalikoima tyyllillisesti melko rönsyi-
levä ja monimuotoinen.



Kuvio 2. Vanhoja rustiikkiisiä tuotteita Rento Designin tuotevalikoimasta (Rento Design 2013).

Rento Design ei pelkää käyttää tuotteissaan kirkkaita värejä (Kuvio 3). Tuotevalikoimassa onkin nähtävissä värien laaja kirjo. Tästäkin syystä yrityksen tuotevalikoima on kokonaisuvaltaan erittäin värikäs, rento ja rönsyilevä. Kirkkaat värit viestivät yrityksestä kuluttajille iloa ja hauskuutta. Värikkäitä tuotteita on niin kaluste-, matto-, sisustustuote- kuin asustevalikoimassa.



Kuvio 3. Rento Designin tuotevalikoimassa on paljon kirkkaita värejä (Rento Design 2013).

Rento Designin liiketila sijaitsee Hämeenlinnassa Kauppakeskus Tavastilassa. Liikkeestä saa ensisilmäyksellä käsityksen, mitä yritys myy ja millainen tyyli yrityksellä on. Yrityksen nimi, aukioloajat, yritystarina ja nettiosoite ovat nähtävissä liikkeen näyteikkunassa. Nämä tiedot ovat siis esillä myös liikkeen ollessa kiinni. Tietojen avulla asiakas saa käsityksen yrityksestä ja voi vaikkapa vierailla heidän nettisivuillaan.

Liike on avara, värikäs ja valoisa (Kuvio 4). Liike on sisustettu kodikkaasti. Myynnissä olevien kalusteiden päälle on aseteltu viherkasveja, liikkeen seinille on ripustettu tauluja ja julisteita, aikakauslehtiä on pinottuna hyllyihin ja lehtitelineisiin. Nämä kaikki yksityiskohdat luovat tilaan kodikasta ja rentoa tunnelmaa. Lisäksi muoti-, sarjakuva- ja aikakauslehdet tuovat hyvin asiakkaille ilmi Rento Designin yritys-idea eli lehtien uudelleenkäyttöä Read it 'n' wear it -malliston tuotteissa. Myymäläkalusteina yritys käyttää vain kierrätysmateriaaleja, kuten pöydiksi kasattuja

vanhoja lavoja ja hyllystöksi koottuja betoniharkkoja ja lautoja. Nämä tukevat myös yrityksen kierrätysteemaa ja tyyllistä kokonaisuutta.



Kuvio 4. Rento Designin liiketila Kauppakeskus Tavastilassa Hämeenlinnassa (Rento Design 2013).

Tuotteet ovat liiketilassa selkeästi esillä ja tuotteiden esillepanossa on hyödynnetty eri korkeuksia. Tuoleja on nostettu esille liikkeen peräseinälle ja olkalaukut on ripustettu esille seinäkoukkuihin ja rekkeihin. Pikkulaukut, meikkipussit ja toalettilaukut ovat esillä leveän hyllystön kolmella eri tasolla. Read it 'n' wear it -malliston tuotteet on aseteltu liikkeeseen esille tuoteryhmittäin. Esimerkiksi rahapussit, kännykkäsuojat, meikkipussit ja toalettilaukut ovat kaikki aseteltu omiin tuoteryhmiinsä. Myös kaikki laukut ovat esillä tuoteryhmittäin. Lisäksi myynnissä olevia kalusteita on hyödynnetty sisustustuotteiden esillepanossa.

3 YHTENÄISEN MUOTOKIELEN MUODOSTUMINEN SISUSTUSTUOTEMALLISTOSSA

Yhtenäisyys malliston tuotteiden välille muodostuu yleensä muotokielen avulla. Tässä luvussa kerron miten eri tavoin yhtenäinen muotokieli malliston tuotteiden välille voi muodostua. Tuotteiden yhtenäisyys on tärkeää, jotta tuotteet tukevat toinen toistaan ja niiden tunnistetaan kuuluvan samaan mallistoon.

3.1 Muotokielen yhtenäisyys

Tuotteiden välinen yhtenäinen muotokieli voi muodostua monellakin tavalla. Se voi muodostua värien, kuvioiden, pintakuosien, materiaalin, tyyli suunnan, mallin ja muodon kautta. Yksi havainnollistava esimerkki tuotteiden yhtenäisestä muotokielistä on Iittalan Aalto-mallisto, jonka tuotteissa säilyy sama yhtenäinen muoto, vaikka materiaalit ja tuotteiden funktiot muuttuvat (Kuvio 5). Sen sijaan Rento Designin Read it 'n' wear it -malliston tuotteiden välille yhtenäinen muotokieli muodostuu tuotteissa käytettyjen materiaalien eli uudelleen käytettyjen lehtien, nuottien ja karttojen kautta.

KUVA POISTETTU

Kuvio 5. Iittalan Alvar Aalto -kokoelma (Iittala, [viitattu 10.3.2016].)

3.2 Pientuotteet sisustuksessa

Kodin sisustus muodostuu asukkaan esineistä ja niiden järjestyksestä. Esinetutkimuksen mukaan käyttäjän ja esineiden välisessä vuoropuhelussa syntyvät identiteettiä rakentavat merkitykset ja sosiaaliset ulottuvuudet ovat käyttäjälle jopa tärkeämpiä kuin esineiden varsinaiset materiaaliset ominaisuudet. Sisustaminen antaa asukkaalle mahdollisuuden ilmaista omaa persoonallisuuttaan ja tyyliään. Sisustus on ikään kuin asukkaan persoonallisuuden jatke. Kodin sisustuksen esineitä kuvaillaan usein asukkaan ”näköisiksi”. Esineistä ja tekstiileistä tehdään merkityksellisiä symboleja, joilla viestitään asukkaiden persoonallisuutta, elämäntyyliä ja suhdetta kulutuskulttuuriin. (Kärnä-Behm 2011, 10–11, 66.)

Kodin sisustus muodostuu monesta eri osa-alueesta; pintamateriaaleista, väreistä, kalusteista, valaisimista, tekstiileistä ja koriste-esineistä. Koriste-esineitä puhutaan myös sisustusesineinä. Sisustusesineet ovat kodin pientuotteet, joilla tilaan luodaan kodikkuutta ja viihtyvyyttä. Sisustustuotteilla voidaan ilmentää asukkaan omaa tyyliä, eikä niillä välttämättä ole muuta funktiota kuin niiden esteettisyys. Sisustuksen pientuotteisiin voidaan lukea taulut, valokuvat, peilit, patsaat, veistokset, kynttilänjalat, kyntteliköt, lyhdyt, posliini- ja lasiesineet, vaasit, ruukut ja säilytystuotteet.

4 BETONI SISUSTUKSESSA

Betonin käyttö sisustuksissa on kasvanut runsaasti viimeisen kymmenen vuoden aikana. Tässä luvussa kerron betonin historiasta, sen käytöstä puutarhassa ja kotien sisustuksissa. Lisäksi kerron eri betonilaaduista, muoteista, valuista ja koriste-lutavoista kalusteiden ja sisustustuotteiden valmistuksen näkökulmasta.

4.1 Kalusteet

Ruotsissa betonin suosio alkoi toisen maailmansodan jälkeen. Betonista oli jo pitkään valmistettu pienempiä esineitä ja terasseille valettu helppohoitoisia ja halpoja laattoja. Myös betoniset kukkaruukut yleistyivät puutarhoissa ja puistoissa. Pian myös taiteilijat huomasivat betonin mahdollisuudet, ja alkoivatkin käyttää sitä veistostensa materiaalina. Vuonna 1981 sisustusarkkitehti Jonas Bohlin muotoili lopputyönään Concrete-karmituolin, joka oli valmistettu raudasta ja karkeasta betonista (Kuva 9). Concrete avasi useiden silmät näkemään betonin niin sanotun karkean kauneuden. (Skote 2006, 11.)



Kuva 9. Jonas Bohlin betoninen Concrete-karmituoli.

Aiemmin betonia on käytetty kalusteissa lähinnä kiintokalusteissa; kuten keittiön tasoissa, kylpyhuonekalusteissa ja tulisijoissa. Lisäksi betonin käyttö kalusteissa alkoi puisto- ja ulkokalusteista; lähinnä penkeistä ja pöydistä. Nämä kaikki olivat kiinteitä kalusteita, joita ei ollut tarvetta siirrellä. Betoni sopiikin hyvin ulkokalusteisiin, sillä se kestää hyvin pakkasta ja muita sääilmiöitä. Nykyään betoni on kuitenkin otettu käyttöön myös kotien sisätilojen irtokalusteissa. Tämän ovat mahdollistaneet betonin uudenlaiset valmistustekniikat ja yhdistely muihin materiaaleihin, joiden avulla on saatu aikaan paljon kevyempiä betonikalusteita.

Kevyempiä betonikalusteita on aikaansaatu yhdistämällä esimerkiksi tekstiiliä ja betonia. Esimerkki tällaisesta betonikalusteesta on Stitching Concrete -tuoli, jossa tuolin muoto on annettu tekstiilillä ja jäykistetty ohuella betonoinnilla (Kuva 10). Tuolissa käytettyä materiaalia kutsutaan nimellä ”Concrete Canvas” eli betonilla kyllästetty kangas. (Verhe 2015.) Toinen suosittu materiaali nykyaikaisten betonikalusteiden valmistuksessa on kuituvahvistettu betoni eli kuitubetoni. Kuitubetoni on kuitujen ansiosta tavallista betonia kevyempää ja vahvempaa. Kuitubetonissa sementin sekaan on sekoitettu kuituja; kuten teräs-, muovi- tai lasikuituja. Tällä hetkellä monelta huonekaluvalmistajalta löytyykin kuitubetonisia kalusteita. Esimerkiksi Vepsäläisen kesäkalustemallistosta löytyy kuitubetonista valmistettuja jakkaroita, penkkejä ja pöytiä. (Kuusisto 2015.) Myös Jyskin kesäkalustevalikoimaan kuuluu kuitubetonista valmistettu jakkara (Kuva 11).

KUVA POISTETTU

Kuva 10. Florian Schmidin betoninen Stitching Concrete -jakkara (Florian Schmid 2016).



Kuva 11. Kuitubetonista valmistettu Vann-jakkara (Jysk, [viitattu 15.2.2016.]

4.2 Sisustustuotteet ja pinnat

Betonin tämän hetkinen suosio alkoi 2000-luvun alussa, jolloin materiaalia alettiin käyttää pieninä yksityiskohtina sisustuksissa. Nyt 2010-luvulla betonin käyttö kotien sisustuksissa on selkeästi yleistynyt ja voidaankin puhua betonin nousseen jopa tämän ajan trendiksi. Nykyään betonipintoja pystyy tekemään kotiinsa helposti tapeteilla, maaleilla ja pinnoitteilla. Nämä pinnat näyttävät betonilta, mutta eivät todellisuudessa ole sitä. Betonin yleistyminen on noteerattu myös useissa sisustuslehdissä. Esimerkiksi Avotakassa on kirjoitettu, kuinka betoni mielletään usein taustansa vuoksi teolliseksi ja karuksi materiaaliksi, mutta moni yllättyy sen soveltuvuudesta monenlaiseen tyyliin (Savaloja 2015).

Monet bloggaajatkin ovat ihastuneet betonin käyttöön sisustuksissa. Esimerkiksi Jutta K. (2014) kehuu Oblik.-sisustusblogissaan: ”Betoni on siitä täydellinen materiaali, että sen yhdistäminen pehmeisiin pintoihin luo lähes taianomaisen kontrastin”. Bloggaaja kirjoittaa betonipinnan rouheuden ja elävyyden olevan mielenkiintoista katsottavaa silmälle. Bloggaajan mielestä materiaalista ei myöskään tartu kylmää tunnetta, vaikka niin voisi helposti luulla. Kunhan betonipintaa on käytetty sopivassa määrin kontrastina pehmeiden materiaalien kanssa.

Betoniteollisuus ry:n sivuilla on myös noteerattu betonin esteettisyys (Betoniteollisuus ry, [viitattu 16.2.2016]). Sivuilla on mainittu betonin yhdeksi vahvuudeksi nimenomaan sen estetiikka. Sivuilla kirjoitetaan betonin olevan plastinen, kivenomainen ja valettava materiaali. Betonin kokonaisuuden muodostavat osat, muodot ja rakenteet, värit ja pintakäsittelyt. Sivuilla kirjoitetaan, että betonissa sen kivisyys, massiivisuus, karuus ja karkeus voivat toimia hyvin kontrastina muiden materiaalien kanssa. Betonin kieli voi olla samaan aikaan sekä kova että herkkä. Betonin muovailtavuus sopii lisäksi myös graafisiin ja veistoksellisiin aiheisiin.

Betoni voi yksinkertaisesti täydentää tyylikkäästi muuta sisustusta. Se sopii yhtä hyvin moderniin kuin talonpoikaiseen tai mihin tahansa muuhunkin tyyliin. Se voi olla niukkaa ja hillittyä, mutta myös vaikuttaa pehmeältä karheasta pinnastaan huolimatta. Betonista voi valaa kotiin lukemattomia erilaisia esineitä. (Nilsson 2013, 6.) Betonia voidaan käyttää kodeissa lähes missä tahansa. Sitä on nähty

käytettävän sisustuksessa esimerkiksi lakattuna kylpyhuoneissa, pöytä- ja keittiötasoissa, välitiloissa, seinä-, katto- ja lattiapintoina sekä koriste-esineinä (Savaloinen 2015).

Monet ”DIY” eli Do it yourself -bloggaajat ovat innostuneet lisäksi itse askartelemaan betonista erilaisia koriste-esineitä. Eilen tein -blogi (2013) on yksi esimerkki näistä Tee se itse -blogeista. Blogin kirjoittaja on tehnyt betoniaskarteluistaan useammankin blogijulkaisun. Bloggaaja on askarrellut betonista muun muassa kulhoja, kynttilänalusia, vaaseja, pöytäkelloja (Kuva 12), vetimiä ja magneetteja. Myös monet muut bloggaajat ovat innostuneet betonitöistä. Yleisimpiä betonista askarreltuja esineitä ovat kynttilänjalat, tuikkukipot, kukkaruukut, valaisimet ja muut koriste-esineet. Uskonkin, että yhtenä isona tekijänä betonin suosioon on, että kuka tahansa pystyy halutessaan itse valamaan siitä helposti hauskoja ja uniikkeja esineitä tai pintoja.



Kuva 12. Betonista askarreltu pöytäkello (Eilen tein 2013).

4.3 Betonitekniikka sisustustuotteissa

Betonilaatuja on monia, ja niiden raekoko ja rakenne vaihtelevat. Laadun valinta vaikuttaa myös tuotoksen lopputulokseen. Betonilaatu ja valmistustekniikka tulee ottaa huomioon erilaisia kalusteita ja pienempiä sisustustuotteita valmistettaessa.

Eri betonilaadut sopivat paremmin tiettyihin valutekniikoihin ja tietyn paksuisiin tuotteisiin.

4.3.1 Materiaali

Betoni muodostuu sementistä, sideaineena käytettävästä hiekasta tai sorasta ja vedestä. Sementti on kalkkikiveä ja savea, jotka on jauhettu jauheeksi ja kuumentettu. Betonia valettaessa siis sekoitetaan keskenään sementtiä, hiekkaa ja vettä. Kun sementti pääsee kosketukseen veden kanssa, alkaa kemiallinen prosessi. Tämä kemiallinen prosessi muuttaa sementtiä ikään kuin liimaksi, joka sitoo hiekanjyvät kovaksi ja kestäväksi materiaaliksi. (Skote 2006, 8.) Betonin ominaisuuksiin vaikuttavat sementin ja veden sekoitussuhde, massaan sekoitettavat lisäaineet tai väripigmentit.

Betoni on luja, paloturvallinen, pitkäikäinen, luonnon raaka-aineista valmistettu ja kierrätettävä materiaali. Betoni on myös suhteellisen edullista. Oikein pinnoitettuna betoni kestää myös kosteutta. Betoni sopii myös pienempiin askarteluihin. Betoni on erittäin kylmä materiaali, joten vaikkapa betonilattia vaatii lattialämmityksen. Betonissa on huokoinen pinta, joka on pinnoitettava huolellisesti, jotta se ei ime nesteitä. (Savaloja 2015.)

Korkealujuusbetoni on lujaa, iskunkestävää ja pitkäikäistä. Se soveltuu käytettäväksi tasoissa ja porraskelmissä. Korkealujuusbetoniseos sisältää ainesosia, jotka nostavat sen lujuutta ja pitkäkestävyyttä. Lisäksi siinä käytetyt ainesosat alentavat sen ominaispainoa. Korkealujuusbetoni on siis kevyempää kuin tavallinen betoni. Korkealujuusbetoni vaatii silti tavallisen betonin tavoin raudoituksen. Pieniä kappaleita siitä voidaan valmistaa ilman raudoitusta. (Sisustusbetoni 2016.)

Kuitubetoni on eräänlaista korjausbetonia. Kuitubetoni sisältää nimensä mukaisesti kuituja, joiden ansiosta betonista voidaan valaa ohuita kerroksia. Kuitubetonista saa valettua vaaleita, sileitä ja kevyitä betoniesineitä. Pienet kuidut estävät pintaa murtumasta ja mahdollistavat näin ohuiden pintojen valamisen. (Skote 2006, 14, 102.) Kuitubetoniin lisättyjen kuitujen tarkoituksena on lujittaa sen rakennetta. Yleisimpiä betonin seassa käytettyjä kuituja ovat teräs-, muovi- tai lasikuidut. Kui-

dut vaikuttavat betonin ominaisuuksiin parantamalla sen vetolujuutta, kulutuksenkestävyyttä, palonkesto-ominaisuuksia ja koossapysyvyyttä. Vaikutus riippuu sekoitettavasta kuitutyypistä ja kuidun materiaalista. Teräskuidut lisäävät lujuutta, kun muovikuidut taas rajoittavat betonin halkeilua. Kuidut sekoitetaan betoniin valmistuksen yhteydessä. (Rakentaja 2012.) Kuitubetonia käytettäessä tavallinen raudoitus voidaan jättää kokonaan pois, jolloin tuote onkin huomattavasti kevyempi kuin raudoitettuna.

Valkosementin avulla betonitöihin saa ikään kuin uuden ulottuvuuden. Valkosementti on karheaa sementtilaastiakin vähäeleisempää ja sopii kauniisti sisätiloihin. Valkosementti on yksinkertaisuudessaan kaunista ja tyylikästä. Valkosementtiä myydään valmiina sekoituksena kuten kuivabetonia. Valkosementin ja sementtilaastin välinen ero on siinä, että valkosementti on hieman karkeampirakeista, jolloin erikokoiset rakeet voivat valettaessa kerrostua herkästi erilleen. Siksi valkosementti onkin sekoitettava huolellisesti ennen valua ja myös työn aikana. (Nilsson 2013, 6, 14, 101.)

Paisuva juotosbetoni on erittäin hienorakeista betonia. Valmiissa paisuvasta juotosbetonista valetussa työssä on sileä pinta, joten tämä laatu sopii hyvin esimerkiksi pöytälevyihin. Tämä betoni laajenee kuivuessaan ja puristuu muotin reunoihin, joten muotin irrottaminen voi olla hieman hankalaa. (Nilsson 2013, 101.)

4.3.2 Muotit ja valu

Märkä betoni on puuroa, jota on vaikea muotoilla tai taivutella käsin. Sitä ei voi käsin muotoilla, eikä siitä voi myöskään veistää tai hakata muotoja. Betoni täytyykin valaa muottiin. Valumuotti määrittelee, miltä valmis esine tulee näyttämään. Muotin valmistus tai valinta onkin betonin valamisen tärkein vaihe. Muotin tulee olla valmis ennen kuin aloittaa betonin sekoittamisen, sillä betoni alkaa jähmettyä jo 20 minuutin kuluttua sekoittamisesta. Hienobetonia voi valaa ohuimmillaan noin kahden sentin paksuisena kerroksena. Pienissä esineissä paksuus voi olla puoli-toista senttiä. (Skote 2006, 19.)

Niin kauan kuin betoni pysyy liikkeessä, kuten pyörivässä betonimyllyssä, se ei kovetu. Betoni alkaa jähmettyä oltuaan paikoillaan muotissa puolikin tuntia. Vuorokauden kuluttua betoni tuntuu täysin kovalta, mutta betonin sisällä kovettuminen jatkuu useita viikkoja. Jos betoni kovettuessaan pääsee kuivumaan liian nopeasti, se saattaa halkeilla. Tämä on vaarana tapahtua, jos sää on lämmin ja kuiva, tai jos betonia ei ole peitetty muovilla. Jos valamisen aikaan on kylmä ilma, betoni kovettuu hitaammin. Valu tulisi tehdä yli viiden asteen lämpötilassa, ellei käytä erityisbetonia, joka on tarkoitettu pakkasessa valamiseen. (Skote 2006, 56.)

Hyviä muottimateriaaleja ovat muovi, silikoni ja lateksi. Muotin voi rakentaa myös itse polystyreenistä eli styroksista, vesivanerista ja rimoista. Nämä irtoavat helposti kuivuneesta betonista. Muotin liitokset voi tiivistää silikonilla, jotta märkä betoni ei pääse tihkumaan niistä ulos. Keraamiset ja metalliset muotit saattavat tarttua betoniin siten, että ne ovat vaikea irrottaa. Tällaiset muotit kannattaakin öljytä hyvin ennen valua. Muottien öljymiseen sopii tavallinen ruokaöljy. (Nilsson 2013, 99.) Tiilet, saviruukut ja -vadit eivät sovellu muoteiksi, sillä betoni palaa niihin kiinni (Skote 2006, 23).

Betoni irtoaa helpoiten kovilta ja sileiltä pinnoilta, kuten muovista ja kovasta puusta. Huokoiset puukuitulevyt ja lastulevyt saattavat imeä betonista kosteutta. Tällaiset muotit on hyvä öljytä ennen valamista. Myös erityisen vahva pahvi soveltuu muottimateriaaliksi. Ohut pahvi sen sijaan ei sovellu, sillä se imee kosteutta määrävästi betonista, jolloin pahvi pehmenee ja menettää muotonsa. (Skote 2006, 21.)

Vaikka betoni onkin kova ja kestävä materiaali, on silläkin heikkoutensa. Betonin vetolujuus on hyvin pieni verrattuna sen puristuslujuuteen. Kun valetaan palkkeja ja siltoja, betonista saadaan riittävän lujaa valamalla sen sisään pitkiä rautatankoja tai teräsverkkoja. (Skote 2006, 50.) Myös betonista valetut tasot ja hyllyt tulee vahvistaa raudoitusverkolla, etteivät tasot murru. Raudoitus myös parantaa betonin pakkasenkestävyyttä vaikkapa ulkokalusteissa. Raudoituksessa voidaan käyttää harjaterästä, raudoitusverkkoa tai kanaverkkoa. (Zacke & Hedengren 2011, 11.)

4.3.3 Pigmentit ja pintakäsittely

Betoni on harmaata, mutta siihen voi sekoittaa pigmenttiä, jolla siihen saadaan monenlaisia värejä. Parhaimpaan tulokseen pääsee käyttämällä ruskeaa tai punaista pigmenttiä. Vaikeinta on saada näkyviin sininen tai vihreä väri. Sinisen pigmentin on oltava kalkinkestävää, jottei betonin kovettuessa muodostuva kalkkihydraatti vaikuta siihen. Betonin väriin vaikuttaa myös se, miten paljon vettä betoni sisältää ja missä lämpötilassa se valetaan. Kosteaa betoni ja matala lämpötila tekevät väristä tummemman. Betonin värjäämiseen soveltuvia pigmenttejä ovat rautaoksidikeltainen ja -punainen, caput mortum, kromioksidivihreä, kobolttisininen, rautaoksidiruskea ja -musta. (Skote 2006, 14, 72, 74.)

Talorakennelmissa väripigmenttiä saa olla enintään 10 %, muuten betonin lujuus heikkenee. Pienissä esineissä sitä voi olla enemmänkin, mutta usein se ei vaikuta kuitenkaan värin voimakkuuteen. Useimmat pigmentit saavuttavat täyden värikylläisyyden jo noin neljän prosentin vahvuutena. Pigmenttiä on hyvä lisätä vähitellen, kunnes sävy tuntuu sopivalta. Pigmentin käyttö haurastuttaa betonia jonkin verran. Myös kuivumisaika hieman pitenee. Oikein kirkkaita värejä ei saa esiin sekoittamalla betoniin pigmenttiä, vaan silloin on parempi maalata valmis esine. (Skote 2006, 14, 72, 74.)

Betonin karhea ja huokoinen pinta on jo itsessään kaunis, mutta huokoisuuteensa takia se saattaa kerätä pölyä ja likaa. Pinnan arkuutta voi vähentää käsittelemällä sen. Tällöin pinnan puhtaanapito on helpompaa eikä se myöskään pölyä yhtä helposti. Ennen pintakäsittelyä betonin on annettava kuivua kunnolla, jotta sen sisälle ei jää kosteutta. Sen jälkeen pinta hiotaan hiomapaperilla tai -koneella tasaiseksi. Jos pinta on hyvin huokoinen, sen voi sivellä ohuella laastilla, jolloin siitä tulee tasainen. Pintakäsittelyn voi tehdä useilla eri tavoilla; öljyllä, saippualla, lakalla ja vahalla. (Nilsson 2013, 102.)

Betonin pintakäsittelyyn voi käyttää esimerkiksi betoni- tai uretaaniöljyä. Uretaaniöljyllä pinta jää hieman vaaleammaksi. Öljy imeytyy betonin pintaan hieman epätasaisesti ja lopputulos on näin ollen mielenkiintoinen. Käsittely on tarvittaessa uusittava. Myös saippua sitoo betonipölyä ja tekee pinnan vettä ja likaa hylkiväksi. Kovin kestävä siitä ei kuitenkaan tule, joten tämäkin käsittely on ajoittain uusittava.

Betonin pinnan voi myös lakata. Lakkapinta naarmuuntuu helposti eikä kestä kuumuutta. Lakka voi myös muuttaa betonin sävyn kellertäväksi. Betonipinnan voi vahata. Vahoja on sekä kovia että pehmeitä. Vahapinta hylkii vettä, mutta myös vahaus on aika ajoin uusittava. Betonin pinnan voi myös maalata. Vesi- ja lakka-bensiiniohenteiset maalit tarttuvat betoniin hyvin. Vesiohenteinen, jonkin verran ohennettu maali tunkeutuu pintaan vielä paremmin.

4.3.4 Koristelu

Betonin koristelussa on paljon mahdollisuuksia. Koristelussa koristeet voidaan painaa märkään betoniin kiinni. Esimerkiksi mosaiikin, kaakelin tai klinkkerin avulla betoni muuttaa täysin luonnettaan. Koristelussa voi käyttää myös luonnonkiviä tai lasihelmiä. (Zacke & Hedengren 2011, 11.) Betonin pintaa voi koristella myös muotin pinnan avulla. Jos muottiastian pinnassa on koho- tai kuperakuvio, peilautuu se pintakuvioksi betonityöhön. Muotin pintakuvion avulla betonin pintaan on mahdollista saada kauniita kuvioita. Kuvion voi painaa betoniin myös erillisen pinnan avulla, esimerkiksi pitsiliinalla (Kuva 13).



Kuva 13. Pitsikoristeltu ja valkoiseksi maalattu betonilaatta (Pientä kivaa 2014).

Betonin pintaa voi koristella myös graffiteja muistuttavien kuviomallien avulla. Niitä myydään askartelu- ja maalikaupoissa, mutta niitä voi tehdä myös itse piirtämällä ja leikkaamalla pahvista tai kontaktimuovista. Kuviomallit toimivat sabluunoina, joiden läpi kuvion voi maalata betonin pintaan. Maalin voi levittää siveltimellä tai töpsöttelellä.

5 KÄYTTÄJÄLÄHTÖINEN MUOTOILU

Rento Designin asiakkaat ovat suunnittelemani malliston lopullisia käyttäjiä ja lähtökohtanani oli suunnitella mallisto, joka miellyttää ensisijaisesti yrityksen asiakkaita eli kuluttajia. Pyrin opinnäytetyössäni selvittämään yrityksen asiakkaiden tyyliä, mieltymyksiä ja tarpeita, ja vastaamaan niihin suunnittelemallani tuotemallistolla. Yksi tapa toimia asiakas- ja käyttäjälähtöisesti on kerätä tietoa asiakkaista ja käyttäjistä tutkimuksen avulla ja hyödyntää tietoa tuotteiden suunnittelussa. Projektisani teetin yrityksen asiakkaille nettikyselyn, jonka avulla kartoitin asiakkaiden tarpeita ja tyyllillisiä mieltymyksiä.

Kyselyn yhtenä osiona olivat eri tyyleistä koostuvat kuvakollaasit, joista asiakas valitsi itseään miellyttävimmän kollaasin. Lisäksi kyselyyn vastaaja valitsi erilaisista sanakokonaisuuksista omaa tyyliään parhaiten kuvaavat kokonaisuudet. Asiakkaita motivoi kyselyyn vastaamisessa tieto siitä, että heidän mielipiteensä ja tyyli mieltymyksensä vaikuttavat tuotemalliston suunnitteluun. Siten asiakkaat saattavat saada kyselyyn vastaamisesta henkilökohtaista hyötyä. Tällöin asiakkaat jäävät myös mielenkiinnolla odottamaan käyttäjälähtöisen muotoiluprosessin tuotoksia, joilla pyritään vastaamaan heidän tarpeisiinsa.

Kyselystä saatujen tulosten avulla tiedän millaiset tuotteet kiinnostavat asiakkaita ja millaisesta tyylistä asiakkaat pitävät. Valitut kuvakollaasit ja sanakokonaisuudet toimivat myös inspiraation apuna tuotesuunnittelussa. Näin ollen tuotemalliston tuotteet ovat asiakkaille mieluisan oloisia ja ennen kaikkea vastaavat heidän tarpeisiinsa.

Yrityksen asiakkaat eli malliston loppukäyttäjät pääsevät myös projektin lopussa valitsemaan lopullisen malliston. Lopullisen malliston valinta tapahtuu äänestyksellä, jossa kahdesta mallistokonseptista eniten ääniä saanut mallisto voittaa. Näin loppukäyttäjät ovat mukana prosessissa koko projektin ajan ja tuotokset ovat heille mieluisia. Käyttäjälähtöisessä projektissa asiakkaat kokevat, että heidät otetaan huomioon ja, että heidän mielipiteitään pidetään merkityksellisinä.

Käyttäjälähtöisessä muotoilussa suunnittelijan tulee paneutua käyttäjän maailmaan. Tuotteeseen tulee osata ladata näkyville juuri ne tarpeet, joita kuluttaja tuot-

teelta vaatii. Kuluttaja ei kuitenkaan välttämättä osaa pukea omia tarpeitaan sanoiksi. Merkittävimmät syyt kuluttajan tietynlaiseen ostokäyttäytymiseen saattavat olla melko vaikeasti määriteltävät tekijät, kuten kauneuskäsitykset, arvomaailmat, ennakkoluulot ja asenteet. Kun käyttäjän tarpeet otetaan huomioon jo suunnittelu- vaiheessa, on niihin myös tuotetta markkinoidessa helpompi vedota. (Huotari, Laitakari-Svärd, Laakko & Koskinen 2003, 15–16.)

Kuluttajalle uuden tuotteen käyttöönotto riippuu tuotteen kiinnostavuudesta ja tarpeellisuudesta. Siksi onkin tärkeää tuntea kohderyhmän arvot ja tarpeet. Näin tuotteen kiinnostavuutta voidaan nostaa. Tuotteen käyttöönottoon liittyvä motivaatio kasvaa, jos kohderyhmälle suunnitellaan tuote, joka heidän on helppo hyväksyä. Käyttäjäkeskeisen tuotekehityksen menetelmiä ovat esimerkiksi haastattelut, kyselyt, tiedonkeruu valmiista lähteistä, itsedokumentointi ja visuaalinen havainnointi. (Huotari, Laitakari-Svärd, Laakko & Koskinen, 15–16.)

5.1 Kyselyn toteutus

Valitsin tutkimusmenetelmäkseni kyselytutkimuksen. Kyselytutkimus on nopea ja helppo tapa kerätä tietoa suurelta asiakasryhmältä, esimerkiksi haastattelututkimukseen verrattuna. Haastattelututkimuksessa haastattelijä esittää kysymykset suoraan vastaajalle, esimerkiksi puhelimitse tai kasvotusten. Kyselytutkimuksessa vastaaja voi valita vastaamisajankohtansa vapaasti itse. Toisaalta kyselytutkimuksen haasteena on, että kyselylomakkeen on oltava selkeä ja toimittava omillaan ilman haastattelijan apua. Kyselylomake onkin suunniteltava huolellisesti, jotta se on toimiva kokonaisuus. (Vehkalahti 2014, 11.)

Kyselylomakkeessa myös saatekirjeellä on suuri merkitys. Saatekirjeen perusteella vastaaja joko motivoituu vastaamaan kyselyyn tai hylkää sen. Paras vastaa- mismotivaatio tulee vastaajaa kiinnostavasta aiheesta, mutta myös hyvin laaditulla saatekirjeellä voi herättää vastaajan kiinnostuksen. Valitsin kyselyn tapahtuvan verkkolomakkeella paperilomakkeen sijaan. Verkkokyselyssä vastaukset tallentuvat suoraan sähköiseen muotoon, mikä helpottaa tulosten analysointia. Tiedonkeruun jälkeen siirrytään kerätyn tutkimusaineiston tarkasteluun ja analysointiin. (Vehkalahti 2014, 48.)

Kyselytutkimus toteutettiin kyselylomakkeella (Liite 2), johon Rento Designin asiakkaat vastasivat. Asiakaskysely toteutettiin Webropol-kyselynä internetissä ja kyselyn linkki jaettiin yrityksen Facebook-sivulla, jota kautta uskoin kyselyn tavoitettavan kohderyhmän parhaiten. Facebook on internetissä toimiva sosiaalisen median yhteisöpalvelu, jolla on yli 968 miljoonaa päivittäistä aktiivikäyttäjää (Facebook, [viitattu 20.2.2016]). Kyselyn kohderyhmänä toimivat Rento Designin asiakkaat, jotka ovat yrityksen Facebook-sivun tykkääjiä.

Rento Designin Facebook-sivulla oli kyselyhetkellä 1175 tykkääjää, joista kyselyyn vastasi 36 henkilöä. Kysely oli avoinna kymmenen päivää, jonka aikana kyselyn linkki jaettiin yrityksen Facebook-sivulla useampaan otteeseen. Kyselyyn vastanneiden ja yhteystietonsa jättäneiden kesken arvottiin yrityksen Read it 'n' wear it -malliston toalettilaukku, jonka voittaja sai itse valita yrityksen valikoimasta. Kyselyn päätavoitteena oli selvittää Rento Designin asiakkaiden tarpeita ja tyyllillisiä mieltymyksiä. Lisäksi yrityksellä oli samalla hyvä tilaisuus kysyä asiakkailtaan joitain kysymyksiä projektin ulkopuolelta.

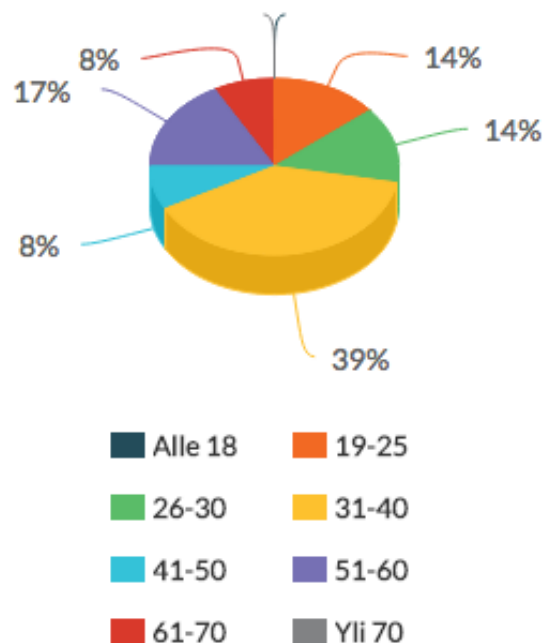
Asiakaskyselyssä oli kaiken kaikkiaan 14 kysymystä, joiden jälkeen kyselyssä oli avoin kohta, johon vastaaja sai halutessaan jättää yhteystietonsa. Asiakaskyselyssä oli viisi taustakysymystä; sukupuoli, ikä, elämäntilanne, asumismuoto ja asuinpaikkakunta. Taustakysymysten lisäksi kyselyssä oli kahdeksan monivalintakysymystä. Näitä kysymyksiä olivat; 9. "Mitä kautta olet alun perin tutustunut Rento Designiin?", 10. "Mitä kautta olet ostanut Rento Designin tuotteita?", 12. "Mitkä seuraavista tuotteista sinua kiinnostaisi betonista valmistettuna?", 13. "Mitkä seuraavista sanakokonaisuuksista kuvaavat sisustustyyliäsi?" ja 14. "Mikä seuraavista kuvakollaaseista miellyttää sinua tyyllillisesti eniten?".

Yritys lisäsi kyselyyn muutaman heitää hyödyttävän kysymyksen. Yrityksen valitsemat kysymykset olivat monivalintakysymyksiä, joiden avulla yritys halusi selvittää asiakkaidensa ostotottumuksia ja mieltymyksiä. Kysymykset olivat; 6. "Mistä yleensä ostat sisustustuotteita?", 7. "Löytyykö Suomesta mielestäsi mielenkiintoisia kalusteita ja sisustustuotteita?" ja 8. "Mistä haet inspiraatiota sisustamiseen?". Avoimia kysymyksiä oli kyselyssä yksi. Tässä kohdassa kyselyyn vastaaja sai mahdollisuuden mainita, jos hänen mielestään yrityksen tuotevalikoimasta puuttuu jokin tärkeä tuote.

5.2 Tulosten analysointi

Kyselyn tuloksilla ei ole niinkään tilastollista merkitystä, sillä kyselyn vastaajamäärä oli yrityksen asiakasmäärään ja Facebook-tykkääjiin nähden verrattain pieni. Voidaan kuitenkin nähdä, että kyselyyn vastanneet asiakkaat ovat kiinnostuneita yrityksestä; sen tuotteista ja toiminnasta. Kyselyyn vastanneet henkilöt ovat siis todennäköisesti yrityksen aktiivisimpia asiakkaita, jotka haluavat olla omalla toiminnallaan mukana kehittämässä yrityksen toimintaa. Näin ollen vastaajat ovat yrityksen asiakkaiden tärkein ja aktiivisin sisäinen ryhmä. Tässä projektissa kyselyn tulokset toimivatkin lähinnä vain inspiraation lähteenä malliston suunnittelulle.

Kyselyyn vastanneista 36 henkilöstä 34/36 oli naisia ja 2/36 miehiä. Tämän perusteella voidaan todeta valtaosan Rento Designin asiakkaista olevan naisia. Kaikki kyselyyn vastanneet henkilöt olivat yli 19-vuotiaita ja alle 70-vuotiaita. Vastanneista 19–25-vuotiaita oli viisi, 26–30-vuotiaita myös viisi, 31–40-vuotiaita 14, 41–50-vuotiaita kolme, 51–60-vuotiaita kuusi ja 61–70-vuotiaita kolme henkilöä (Kuvio 6). Vastaajista valtaosa oli siis 19–40-vuotiaita. Heitä oli kaiken kaikkiaan 66,67 % vastaajista.



Kuvio 6. Suurin osa kyselyyn vastaajista oli 31–40-vuotiaita.

Kyselyyn vastaajista 24 oli työssäkäyviä, kahdeksan oli opiskelijoita, kolme oli eläkeläisiä ja yksi työtön. Työssäkäyviä oli siis 66,67 % kaikista vastaajista. Vastaajista 18 henkilöä eli 50 % asui kerrostalossa. Omakotitalossa asuvia oli 13 henkilöä, rivitalossa asuvia neljä ja yksi paritalossa asuva henkilö. Kyselyyn vastanneista 33 henkilöä kertoi kyselyyn asuinpaikkunsa. Näistä henkilöistä 21 asui Hämeenlinnassa ja kolme Hämeenlinnan lähikunnissa. Vastaajista kaksi asui Tampereella, kaksi henkilöä Oulussa, yksi henkilö Helsingissä, yksi henkilö Turussa, yksi henkilö Keravalla, yksi henkilö Akaassa ja yksi henkilö Sastamalassa. Hämeenlinnalaisen Rento Designin asiakaskunta on siis painottunut selkeästi Hämeenlinnan kaupunkiin ja sen lähikuntiin.

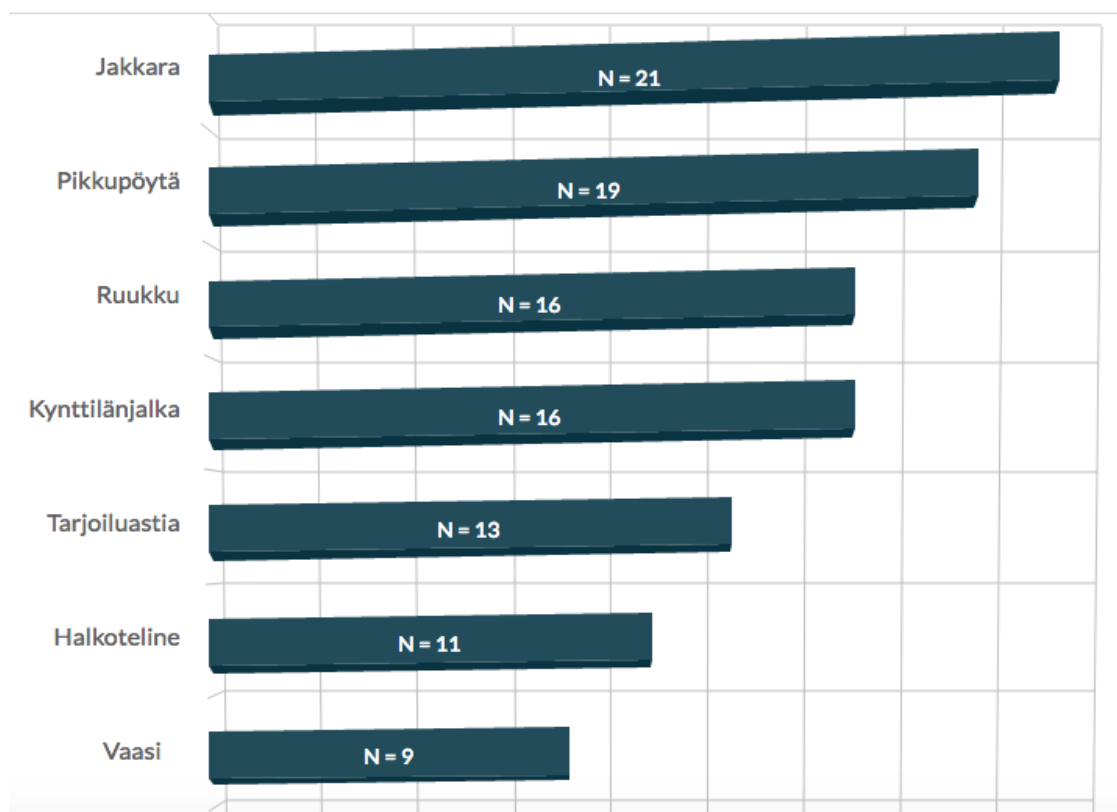
Kyselyyn vastanneista 31 henkilöä ostaa sisustustuotteita yleensä sisustusliikkeistä, 21 henkilöä huonekalukaupoista, 18 henkilöä kirpputoreilta tai huutokaupoista, 14 henkilöä verkkokaupoista, 12 henkilöä marketeista, kuusi ulkomailta ja neljä jostain muualta. Viimeisen kohdan vastauksiksi oli mainittu; markkinoilta ja messuilta. Vastanneista 91,67 % mielestä Suomesta löytyy mielenkiintoisia kalusteita ja sisustustuotteita, kun taas 8,33 % mielestä ei. 26 henkilöä hakevat inspiraatiota sisustamiseen sisustuslehdistä, 17 henkilöä blogeista, 13 henkilöä nettikaupoista, seitsemän henkilöä messuilta, seitsemän henkilöä yritysten nettisivuilta, kuusi henkilöä televisiosta ja 11 henkilöä jostain muualta. Kolme henkilöä sanoo hakevansa inspiraatiota Pinterestistä, kolme henkilöä liikkeitä ja kauppvoja kiertelemällä, kaksi henkilöä omasta päästään, yksi henkilö Instagramista ja yksi henkilö ystävil-
tä.

Rento Designiin alun perin Hämeenlinnan liikkeen kautta on tutustunut 16 henkilöä, kaverin kautta 11 henkilöä, Facebookin kautta neljä, nettisivujen kautta kaksi, messujen tai jonkun muun tapahtuman kautta kaksi, blogin kautta yksi ja jälleenmyyjän kautta ei yhtään henkilöä. Rento Designin tuotteita on ostanut Hämeenlinnan liikkeestä 26 henkilöä, nettikaupasta kahdeksan henkilöä, messuilta tai jostain muusta tapahtumasta neljä henkilöä ja jälleenmyyjän kautta yksi henkilö. Neljä henkilöä ei ole ostanut Rento Designin tuotteita ollenkaan.

Kysymykseen 11. "Onko mielessäsi jokin tärkeä tuote, joka puuttuu Rento Designin tuotevalikoimasta?", saimme vastauksen neljältä vastaajalta. Vastauksia olivat; sarjakuvalehdillä päällystetyt erikokoiset säilytyslaatikot, tarjotin sängylle tai tarjotin

sohvan käsinojalle. Lisäksi vastauksissa oli mainittu joku ”hittituote”, jolla erottuisi vastaavista liikkeistä. Joku vastaajista oli myös maininnut tuotevalikoimasta puuttuvan olkahihnallisen ”älypuhelinpussukan”, johon mahtuisi puhelin ja avaimet.

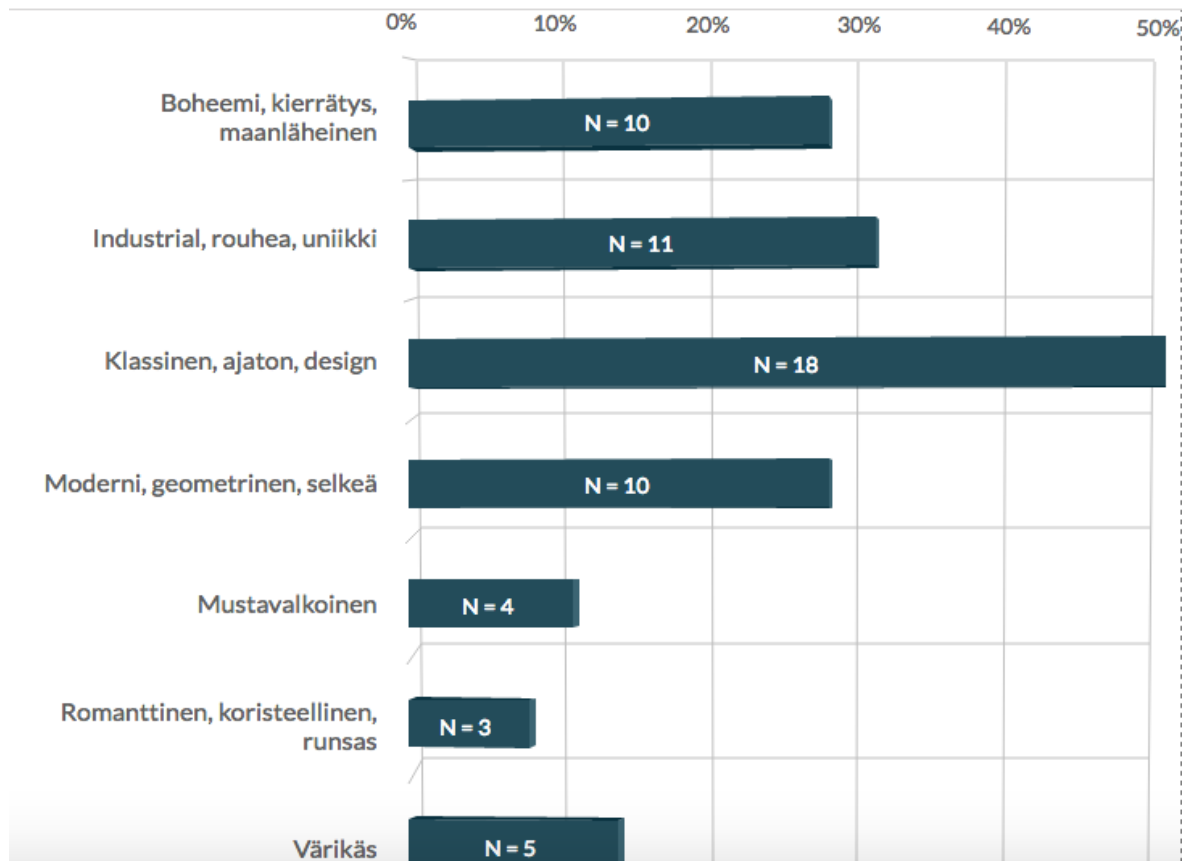
Betonista valmistetusta jakkarasta oli kiinnostunut 21 henkilöä, pikkupöydästä 19 henkilöä, ruukusta 16 henkilöä, kynttilänjalasta 16 henkilöä, tarjoiluastiasta 13 henkilöä, halkotelineestä 11 henkilöä, vaasista yhdeksän henkilöä, tuikkukupista kuusi henkilöä, magneeteista kuusi henkilöä, koristekulhosta kuusi henkilöä, lehtitelineestä kuusi henkilöä, naulakosta kuusi henkilöä, kellosta viisi henkilöä ja koriste-esineestä viisi henkilöä (Kuvio 7). Lisäksi kohdan ”joku muu, mikä?” oli valinnut viisi henkilöä ja ehdottanut muita tuotteita, jotka puuttuivat listasta. Tuoteehdotuksia olivat sängynpäätty, yöpöydät, säilytysastia koiran kuivamuonalle, käsienspesuallas ja betonikirjaimia.



Kuvio 7. Betonista valmistettävien tuotteiden välinen äänijakauma.

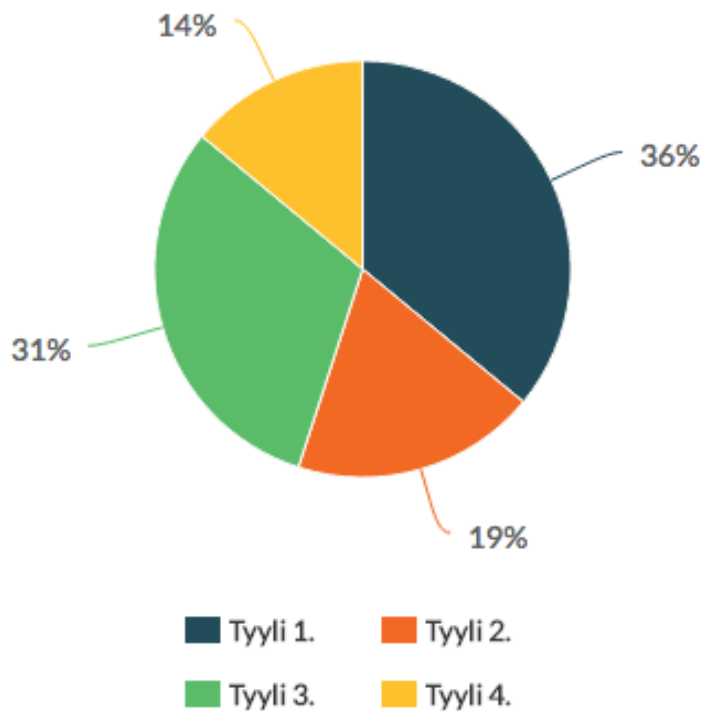
Kyselyyn vastanneista 18 henkilöä koki sisustustyylinsä olevan klassiseksi, ajattomaksi ja designiksi (Kuvio 8). Vastaajista 11 henkilöä kokivat sisustustyylinsä industrialiksi, rouheaksi ja uniikiksi. Kymmenen henkilöä pitivät sisustustyyliään

boheemina, kierrätyksenä ja maanläheisenä. Lisäksi kymmenen henkilöä pitävät sisustustyyliään modernina, geometrisenä ja selkeänä. Värikkäänä omaa sisustustyyliään piti viisi ja mustavalkoisena neljä henkilöä. Vastaaajista vain kolme henkilöä piti sisustustyyliään romanttisena, koristeellisena ja runsaana.



Kuvio 8. Kyselyyn vastaajista 50 % piti sisustustyyliään klassisena, ajattomana ja designina.

Kuvakollaaseista Tyylin 1 valitsi 13 henkilöä eli 36,11 % vastanneista. Tyylin 3 valitsi 11 henkilöä eli 30,56 % vastanneista (Kuvio 9). Tyylin 2 valitsi seitsemän henkilöä eli 19,44 %. Tyylin 4 taas valitsi viisi henkilöä eli 13,89 % vastaajista. Kuvakollaaseista Tyyli 1 sai siis eniten ääniä. Tyyli 1 on tyyliiltään puhdas, vaalea ja selkeälinjainen. Toisaalta myös Tyyli 3 sai lähes saman verran ääniä, kuin Tyyli 1. Tyylien välinen ääniero oli kaksi henkilöä. Tyyli 3 on uniikki ja rouhea. Tyyli 1 ja Tyyli 3 eroavat näin ollen täysin toisistaan.



Kuvio 9. Kuvakollaaseista vastaajia eniten miellyttivät Tyyli 1 ja Tyyli 3.

Seuraavaksi tarkastelen kyselyn vastauksia ikäryhmien mukaan. Otan tarkasteluun suurimmat ikäryhmät. Asiakaskyselyyn vastanneista viisi oli 19–25-vuotiaita. Heistä neljä olivat naisia ja yksi mies. Heistä neljä olivat opiskelijoita ja yksi työsäikäyvä. Tästä ikäryhmästä kaikki asuivat kerrostalossa Hämeenlinnassa. Heistä neljä viidestä ostaa sisustustuotteita yleensä kirpputoreilta tai huutokaupasta. Sen sijaan kaksi viidestä tekee sisustustuoteostoksensa yleensä sisustusliikkeistä ja verkkokaupoista. Inspiraatiota sisustamiseen hakee blogeista kolme henkilöä ja sisustuslehdistä niin ikään kolme henkilöä. Ikäryhmästä neljä henkilöä on ostanut Rento Designin tuotteita Hämeenlinnan liikkeestä.

19–25-vuotiaiden ikäryhmän edustajia kiinnostaisi selkeästi eniten betonista valmistettuna jakkara. Jakkaran on valinnut tuotelistalta kaikki viisi henkilöä. Seuraavaksi eniten kiinnostusta herätti halkoteline, joka on saanut neljä ääntä. Tämän ikäryhmän sisustustyyliä kuvaavat eniten sanat: boheemi, kierrätys ja maanläheinen. Kuvakollaasien valinnassa äännet ovat selkeästi jakautuneet, sillä Tyyli 1–3 ovat saaneet jokainen yhden äänen ja Tyyli 4 kaksi ääntä.

26–30-vuotiaita vastaajia oli viisi, joista neljä olivat naisia ja yksi mies. Heistä neljä olivat työssäkäyviä ja yksi opiskelija. Tästä ikäryhmästä neljä henkilöä asui kerrostalossa ja yksi henkilö omakotitalossa. Heistä kaikki ostavat sisustustuotteita yleensä sisustusliikkeistä ja neljä tekee ostoksensa verkkokaupasta. Lisäksi kolme henkilöä tekee sisustustuoteostoksensa huonekalukaupoista. Heistä suuri osa hakee inspiraatiota sisustamiseen sisustuslehdistä, nettikaupoista ja blogeista. Tästä ikäryhmästä kolme on ostanut Rento Designin tuotteita nettikaupasta, yksi henkilö liikkeestä ja yksi henkilö jälleenmyyjältä.

26–30-vuotiaiden ikäryhmän edustajista kolme olisi kiinnostunut betonista valmistetusta kynttilänjalasta, magneeteista ja koristekulhosta. Tämän ikäryhmän sisustustyyliä kuvaavat eniten sanat: klassinen, ajaton, design, moderni, geometrinen ja selkeä. Kuvakollaaseista Tyyli 1 ja 2 saivat molemmat kaksi ääntä ja Tyyli 4 yhden äänen. Voidaan siis todeta, että tätä ikäryhmää miellyttää eniten mustavalkoiset, pelkistetyt, selkeät ja puhtaslinjaiset sisustustyyli.

Vastaajista kuusi oli 51–60-vuotiaita, joista jokainen henkilö oli työssäkäyvä nainen. Heistä kolme asui kerrostalossa ja kolme omakotitalossa Hämeenlinnassa tai Tampereella. Heistä viisi osti sisustustuotteita yleensä sisustusliikkeistä ja neljä huonekalukaupoista. Tästä ikäryhmästä viisi hakee inspiraatiota sisustamiseen sisustuslehdistä, neljä yritysten nettisivuilta ja kolme nettikaupoista. Heistä viisi on ostanut Rento Designin tuotteita Hämeenlinnan liikkeestä, yksi nettikaupasta ja yksi messuilta tai muusta tapahtumasta.

51–60-vuotiaiden ikäryhmän edustajista neljä olisi kiinnostunut betonista valmistetusta jakkarasta, kolme tarjoiluastiasta ja kolme pikkupöydästä. Tämän ikäryhmän sisustustyyliä kuvaavat eniten sanat: klassinen, ajaton ja design. Kuvakollaaseista Tyyli 1 ja 4 saivat molemmat kaksi ääntä. Voidaan siis ajatella, että tätä ikäryhmää miellyttävät eniten vaaleat, selkeälinjaiset, ylelliset sisustustyyli ja ylellisen laadukkaat materiaalit.

Seuraavaksi tarkastelen ja vertailen työssäkäyvien ja opiskelijoiden vastauksia. Asiakaskyselyyn vastaajista työssäkäyviä oli 24 henkilöä ja opiskelijoita kahdeksan henkilöä. Työssäkäyvien ikähaarukka jakautui 26–60-vuotiaisiin. Heistä suurin yksittäinen ikäryhmä oli 31–40-vuotiaat, joita oli kymmenen henkilöä. Sen sijaan

opiskelijoiden ikähaarukka jakautui 19–40-vuotiaisiin. Heistä suurin yksittäinen ryhmä oli 19–25-vuotiaat, joita oli neljä henkilöä. Työssäkävivistä 11 henkilöä asui omakotitalossa ja kahdeksan kerrostalossa. Heistä 15 henkilöä asui Hämeenlinnassa tai sen lähikunnissa. Opiskelijoista seitsemän asui kerrostalossa ja yksi asui omakotitalossa. Heistä kuusi asui Hämeenlinnassa tai Hämeenlinnan lähikunnissa.

Työssäkävivistä 22 henkilöä ostaa sisustustuotteita yleensä sisustusliikkeistä, 17 huonekalukaupoista ja 12 kirpputoreilta tai huutokaupoista. Opiskelijoista viisi ostaa sisustustuotteita yleensä sisustusliikkeistä, neljä verkkokaupoista ja neljä kirpputoreilta tai huutokaupoista. Työssäkävivistä 19 henkilöä hakevat inspiraatiota sisustamiseen sisustuslehdistä, kymmenen henkilöä nettikaupoista ja kymmenen henkilöä blogeista. Myös opiskelijoista suuri osa hakee inspiraatiota blogeista ja sisustuslehdistä. Työssäkävivistä 17 henkilöä on ostanut Rento Designin tuotteita Hämeenlinnan liikkeestä, viisi nettikaupasta, kolme messuilta tai jostain muusta tapahtumasta ja yksi jälleenmyyjältä. Niin ikään opiskelijoista suurin osa on ostanut Rento Designin tuotteita Hämeenlinnan liikkeestä, mutta vain yksi nettikaupasta.

Työssäkävivistä 13 henkilöä olisivat kiinnostuneita betonista valmistetusta ruukusta ja pikkupöydästä, 12 henkilöä olisi kiinnostunut betonisesta jakkarasta, yhdeksän henkilöä kynttilänjalasta, kahdeksan tarjoiluastiasta, seitsemän halkotelineestä ja kuusi vaasista. Opiskelijoista viisi henkilöä olisi kiinnostuneita myös betonisesta kynttilänjalasta ja jakkarasta, neljä henkilöä kellosta ja halkotelineestä, kolme henkilöä tarjoiluastiasta, lehtitelineestä ja pikkupöydästä.

Työssäkävien keskuudessa suosituin sisustustyyliä kuvaava sanakokonaisuus oli: klassinen, ajaton, design. Sen oli valinnut vastaajista 14 henkilöä. Lisäksi yhdeksän henkilöä valitsi sisustustyyliään kuvaavaksi sanakokonaisuudeksi: industrial, rouhea ja uniikki. Opiskelijoiden keskuudessa tasavertaisesti suosittuja sisustustyyliä kuvaavia sanakokonaisuuksia oli yhteensä kolme. Sisustustyyliä eniten kuvaavimmat sanakokonaisuudet olivat; ”boheemi, kierrätys ja maanläheinen”, ”klassinen, ajaton ja design” ja ”moderni, geometrinen ja selkeä”. Kuvakollaaseista Tyyli 1 miellytti työssäkävistä eniten yhdeksää henkilöä. Lisäksi Tyyli 3 miellytti

seitsemää työssäkäyvää henkilöä. Myös opiskelijat valitsivat Tyyli 3 mieluisammaksi kuvakollaasiksi.

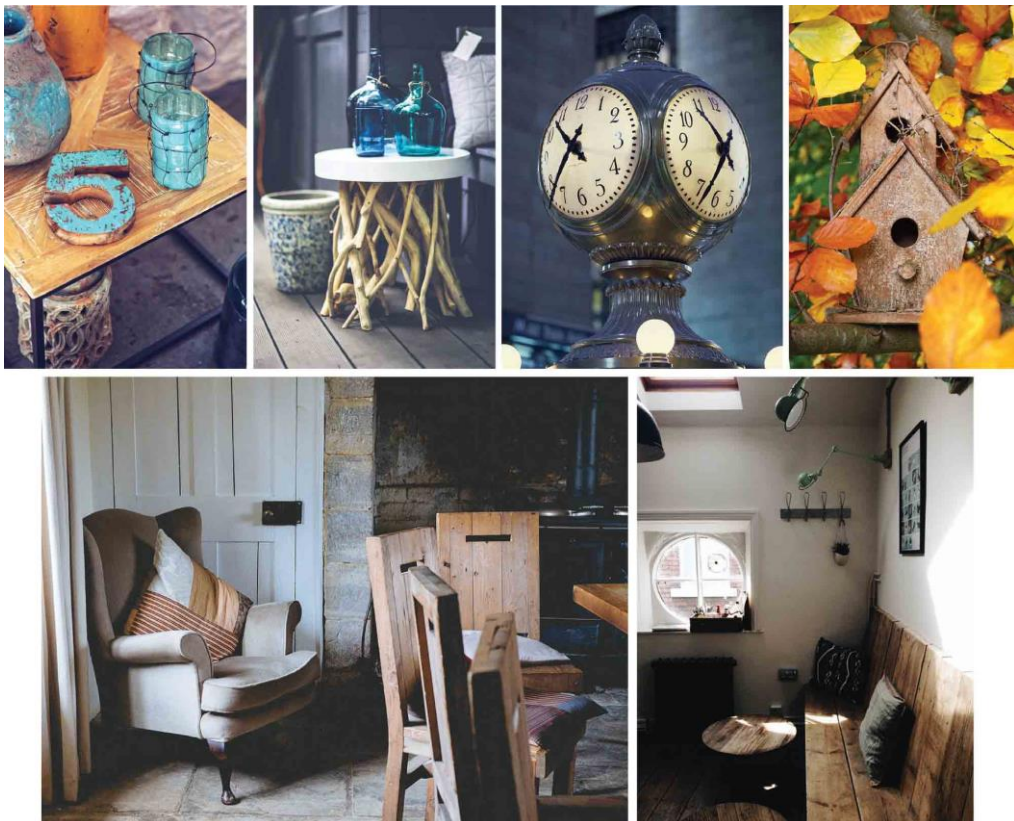
Suurin yksittäinen vastaajaryhmä olivat työssäkäyvät 31–40-vuotiaat naiset. Yhteensä tähän ryhmään kuuluvia oli kymmenen henkilöä. Heistä yli puolet asui omakotitalossa, mutta osa asui myös rivi- ja kerrostalossa. He ostavat sisustus tuotteita yleensä sisustusliikkeistä ja huonekalukaupoista. Lisäksi he hakevat inspiraatiota sisustamiseensa sisustuslehdistä ja blogeista. Heistä suurin osa on ostanut Rento Designin tuotteita Hämeenlinnan liikkeestä, mutta osa on tehnyt ostoksia myös nettikaupan ja messujen kautta. Tämän vastaajaryhmän mielestä mielenkiintoisimpia tuotteita betonista valmistettuna olisivat ruukku, pikkupöytä, kynttilänjalka, halkoteline ja jakkara. Vastaajaryhmän mukaan heidän sisustustyyliään kuvastavat parhaiten seuraavat sanakokonaisuudet; ”industrial, rouhea ja uniikki” sekä ”klassinen, ajaton ja design”. Kuvakollaaseista Tyyli 3 miellytti heitä selkeästi eniten. Tyyli 3 kuvastaa maanläheistä ja rouheaa tyyliä, jossa on käytetty kierrättämällä kekseliäitä yksityiskohtia.

Asiakaskyselystä saatuja tuloksia, jotka vaikuttivat työni jatkoon, olivat asiakkaiden tyyllilliset mieltymykset ja heidän tuotevalintansa. Asiakaskyselystä saatujen tulosten mukaan suunnittelemani tuotemalliston tulisi olla tyyliään klassinen, ajaton ja design, mutta samalla myös industrial, rouhea ja uniikki. Nämä tyyli näkyivät myös tyyllillisiä mieltymyksiä kartoittavassa kysymyksessä, jossa vastaajien tuli valita miellyttävien kuvakollaasi neljästä vaihtoehdosta (Liite 2). Kuvakollaaseissa käyttämäni kuvat ovat ilmaisten ja vapaasti käytettävien kuvien kuvapankista Pixabay-verkkosivustolta (Pixabay 2016).

Asiakaskyselyn vastaajia miellytti tyyllillisesti eniten Tyyli 1 (Kuvio 10) ja Tyyli 3 (Kuvio 11). Tyyli 1 on tyyliään vaalea, selkeä, ilmava, puhdas ja ajaton. Sen sijaan Tyyli 3 on tyyliään maanläheinen, rouhea ja uniikki. Näitä kahta tyyliä tulisi malliston tyylin mukailta. Minun tulisi siis saada malliston tuotteissa yhdistymään kaksi edellä mainittua tyyliä, mutta myös yrityksen tyyli tulisi ottaa tuotteissa huomioon. Valitut tyyli sopivat hyvin myös toimeksiantajalle, sillä heidän mukaansa yrityksen tyyliä on ollut tarkoitus kehittää linjakkaampaan ja virtaviivaisempaan suuntaan. Yrityksen tyyli on tällä hetkellä monimuotoisempi ja rönsyilevämpi.



Kuvio 10. Asiakaskyselyn Tyyli 1 -kuvakollaasi (Liite 2).



Kuvio 11. Asiakaskyselyn Tyyli 3 -kuvakollaasi (Liite 2).

Kyselyn tuotelistalta eniten ääniä saivat; jakkara, pikkupöytä, ruukku, kynttilänjalka ja tarjoiluastia. Seuraavaksi eniten ääniä saivat halkoteline ja vaasi. Keskustelin toimeksiantajan kanssa mallistoon otettavista tuotteista. Hänen mielestään mallistoon voisi jättää kynttilänjalan ottamatta ja sen tilalle voitaisiin ottaa listalta seuraavaksi eniten ääniä saaneen halkotelineen. Toimeksiantajan näkökulmasta betonista valmistettu halkoteline on mielenkiintoisempi tuote kuin kynttilänjalka. Lisäksi toimeksiantaja on todennut käyttöesineiden olevan yleisesti ottaen suosituimpia tuotteita. Mallistoon kuuluisivat siis seuraavat viisi tuotetta; jakkara, pikkupöytä, ruukku, tarjoiluastia ja halkoteline. Nämä viisi tuotetta toimisivat hyvin mallistona täydentäen toisiaan. Lisäksi puhuimme toimeksiantajan kanssa, jos joillakin tuotteilla voisi olla useampikin funktio. Toimeksiantaja kertoi esimerkiksi lehtitelineillä olevan paljon kysyntää, siksi halko- ja lehtitelineen voisikin yhdistää yhdeksi tuotteeksi. Myös ruukku ja vaasi voisivat toimia yhtenä tuotteena.

6 SUUNNITTELU

Tässä luvussa kerron projektin suunnitteluprosessista ja sen kaikista eri vaiheista. Tulen kertomaan, kuinka etenen suunnittelun lähtökohdista ideoinnin kautta tuotteiden suunnitteluun, konseptointiin ja mallistojen muodostamiseen. Suunnittelu-prosessin lopputuotoksena on kaksi mallistokonseptia, joista kuluttajat valitsevat lopullisen malliston.

6.1 Suunnittelukriteerit

Suunnittelun lähtökohtana olivat asiakaskyselyssä valikoituneet tyyli-suunnat. Tuotteiden tulisi mukailla vaaleaa, selkeää ja puhdasta tyyliä, mutta samalla myös maanläheistä, rouheaa ja uniikkia tyyliä. Lähtökohtana olivat myös viisi asiakaskyselyssä eniten ääniä saanutta tuoteryhmää, joista mallisto tulisi koostumaan. Kävimme toimeksiantajan kanssa kyselyn tulokset läpi ja muutimme tuoteryhmät toimeksiantajaa miellyttäväksi kokonaisuudeksi. Päädyimme ottamaan mallistoon jakkaran, pikkupöydän, ruukun/vaasin, tarjoiluastian ja halko-/lehtitelineen. Koska tuotteet valmistettaisiin betonista, niitä voitaisiin käyttää niin sisätiloissa kuin esimerkiksi terassilla tai parvekkeella. Tuotteiden pääkäyttötarkoitus olisi olla sisäkäytössä ja osana kodin sisustusta. Malliston tuotteiden materiaali kuitenkin mahdollistaa tuotteiden käytön myös ulkona, jolloin käyttäjä saa itse päättää mihin tuotteet kotonaan sijoittaa.

Jakkaran pääsääntöinen funktio olisi toimia varaistuimena tai pienen tilan istuimena. Lisäksi sitä voitaisiin käyttää pikkupöytänä. Malliston pikkupöytä voisi toimia niin sohva-, sivu- kuin apupöytänä käyttäjän omien käyttötarpeiden mukaan. Malliston ruukku/vaasi olisi käytettävissä niin istutettaville kasveille ruukkuna kuin vesiastian leikkokukille. Tarjoiluastia olisi sen sijaan astia, johon voi asettaa pöytään tarjolle pientä syötävää tai vaikkapa leivoksia. Halko-/lehtitelineen funktiona olisi toimia halkojen tai lehtien kauniina säilytystelineenä, eikä niinkään halkojen tai lehtien kantamisvälineenä. Lähtökohtana tuotteiden suunnittelulle oli, että tuotteet olisi yrityksen itse valmistettavissa eikä valmistuksessa tarvitsisi käyttää alihankkijaa.

6.2 Ideointi

Aloin ideoida tuotteita tuoteryhmittäin käsin piirtämällä (Kuva 14). Luonnostelin paljon erilaisia ideoita. Tässä vaiheessa keskityin suunnittelussa halko-/lehtitelineisiin, jakkaroihin, pikkupöytiin ja ruukkuihin/vaaseihin. Tarjoiluastioita en vielä tässä vaiheessa ideoinut. Näin parhaaksi keskittyä ensimmäiseksi malliston isoimpiin tuotteisiin, joiden kautta määrittyvät myös mallistojen muotokielet. Isoimpien tuotteiden muotokielten muodostuttua pystyisin suunnittelemaan niiden mukaiset pientuotteet. Lisäksi muista tuoteryhmistä ideoita syntyi helpoiten.



Kuva 14. Ensimmäiset käsin piirretyt luonnokset.

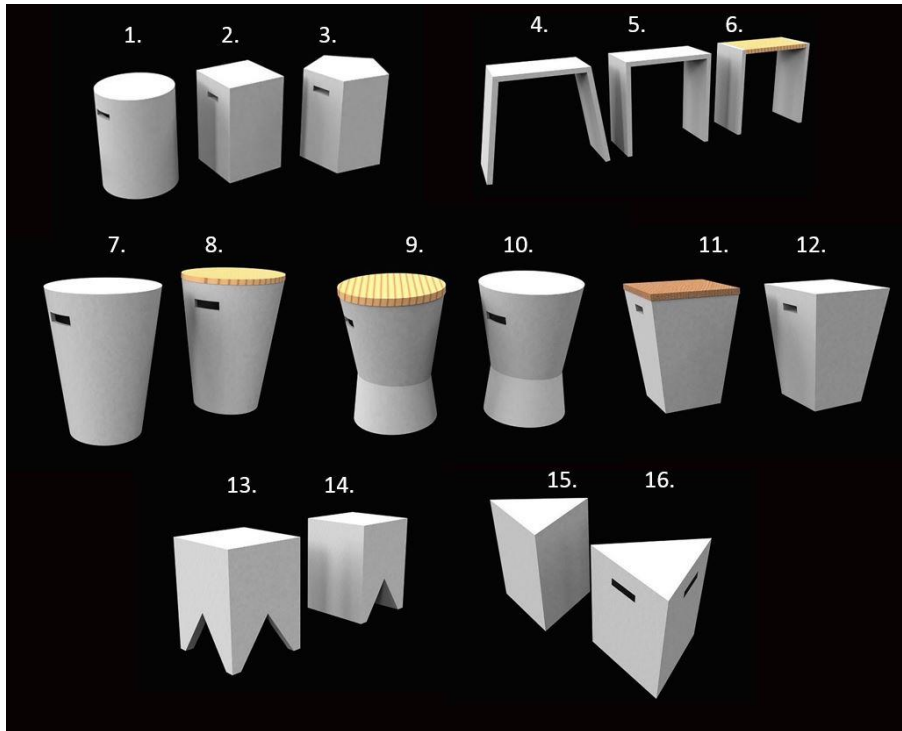
Päädyin suunnittelemaan tuotteita, joissa olisi käytetty betonin lisäksi jotain muuta materiaalia. Suunnitelmissani toistui betonin lisäksi puu. Puumateriaali sopi mielestäni asiakkaille mieluisaan maanläheiseen ja rouheaan tyyliin. Luonnonmateriaalina puu luo mielestäni mielenkiintoista kontrastia ja lämpöä karuun betoniin. Luonnostelemastani ideamassasta poimin omasta mielestäni parhaimmat ideat, ja piirsin poimitut ideat uudelleen toimeksiantajalle esittelyä silmällä pitäen. Luonnosteltuani ideoita siirryin myös aika nopeasti 3D-mallintamaan tuoteideoita tietokoneella Rhinoceros-suunnitteluohjelmalla. Ajattelin 3D-kuvien tuovan tuoteideat paremmin esille toimeksiantajalle.

6.3 Ideoiden valinta

Menin tapaamaan toimeksiantajaa ja esittelemään luonnoksia (Kuvio 12) ja mallinnuskuvia ensimmäisistä tuoteideoista (Kuvio 13; Kuvio 14; Kuvio 15). Toimeksiantaja piti lähes kaikista suunnittelemistani tuoteideoista. Kävimme ideat läpi ja poimimme mieluisimmat mallit jatkokehitykseen. Ideoista löytyi paljon toimeksiantajaa miellyttäviä elementtejä. Toimeksiantaja piti eniten tuoteideoista, joissa betoni oli yhdistetty johonkin toiseen materiaaliin, kuten esimerkiksi puuhun. Toimeksiantaja piti esimerkiksi tuotteissa käytetyistä puisista kantokahvoista, jaloista ja istuimista. Mieluisia olivat myös jollain tapaa viistot tuoteideat. Lisäksi toimeksiantaja koki ilmat ja sirot tuoteideat mieluisiksi. Toimeksiantaja piti jakkara-ideoista numero 8 ja 17 (Kuvio 12), jotka ovat myös mallinnettuna (Kuvio 13). Pikkupöytä-ideoista mieluisimmaksi nousi numero 9 (Kuvio 12). Halko-/lehtiteline -ideoissa mieluisimpia olivat numerot 5, 9, 12, 14 ja 18 (Kuvio 12). Ideaan numero 12 toimeksiantaja ehdotti puista kantokahvaa, kuten joissain muissa ideoissa. Siitä ideoimmekin yhdessä tuoteidean numero 21. Ruukku/vaasi -ideoissa toimeksiantaja piti numeroista 8 ja 9 (kuvio 12).



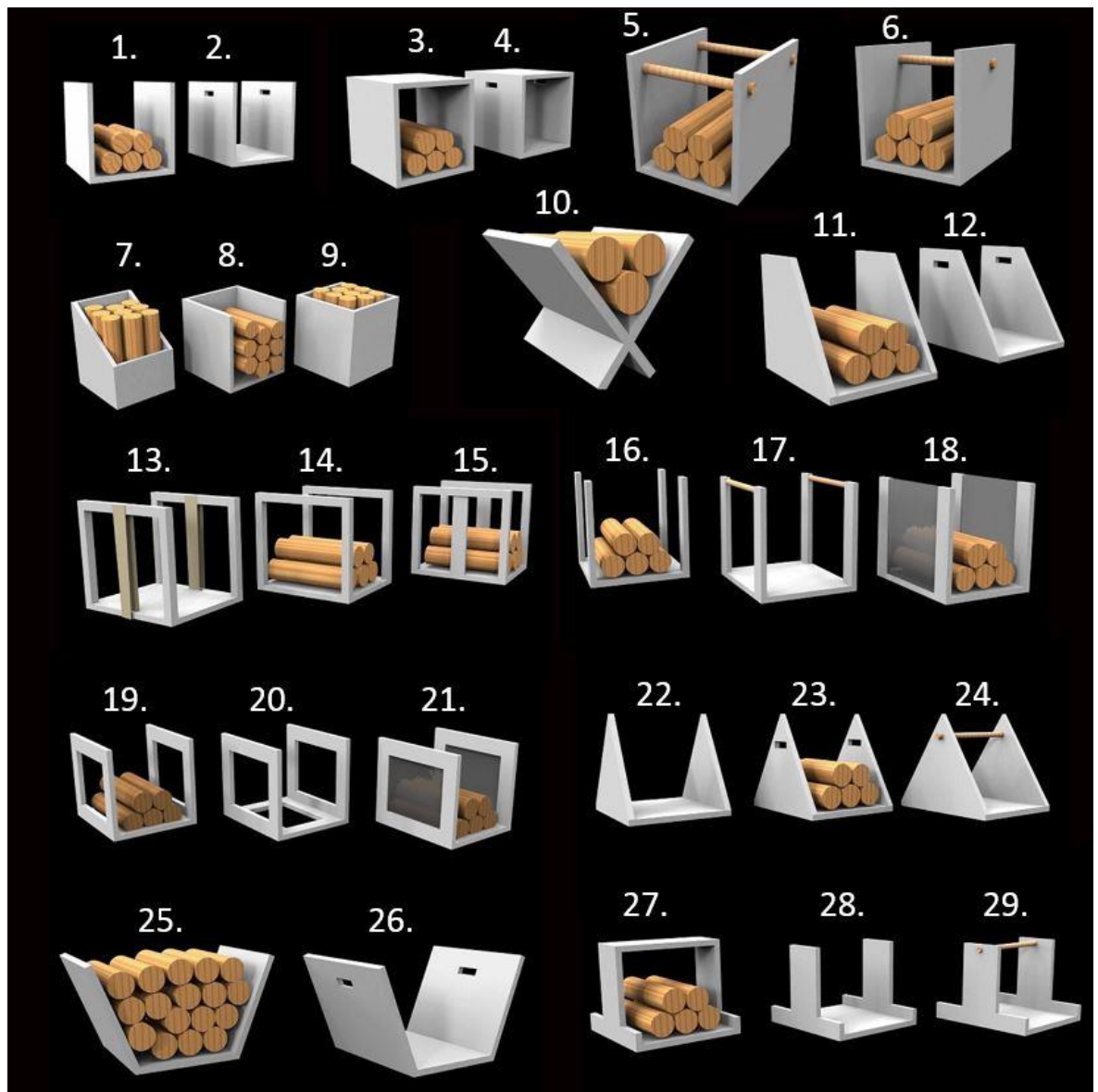
Kuvio 12. Toimeksiantajalle esitellyt luonnokset tuoteideoista.



Kuvio 13. Ensimmäisistä jakkara-ideoista 3D-mallinnetut kuvat.

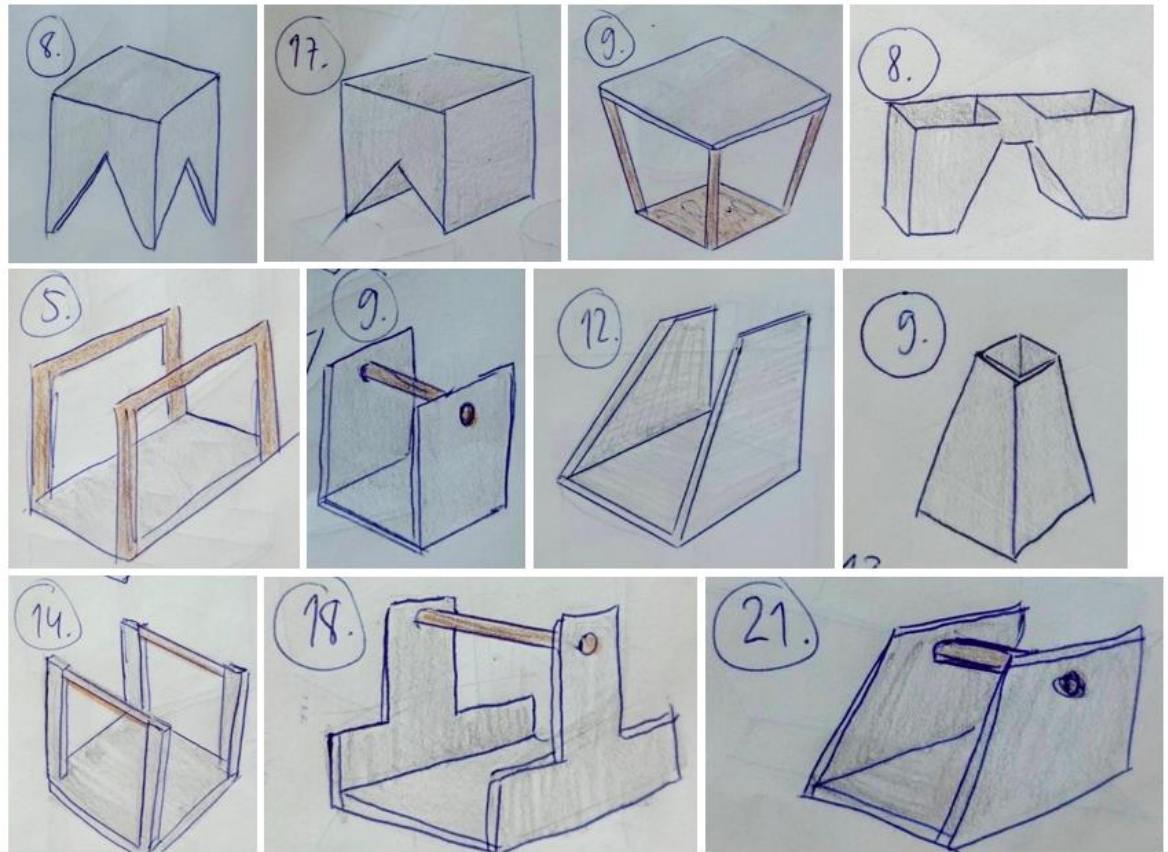


Kuvio 14. Ensimmäisistä pikkupöytä-ideoista 3D-mallinnetut kuvat.



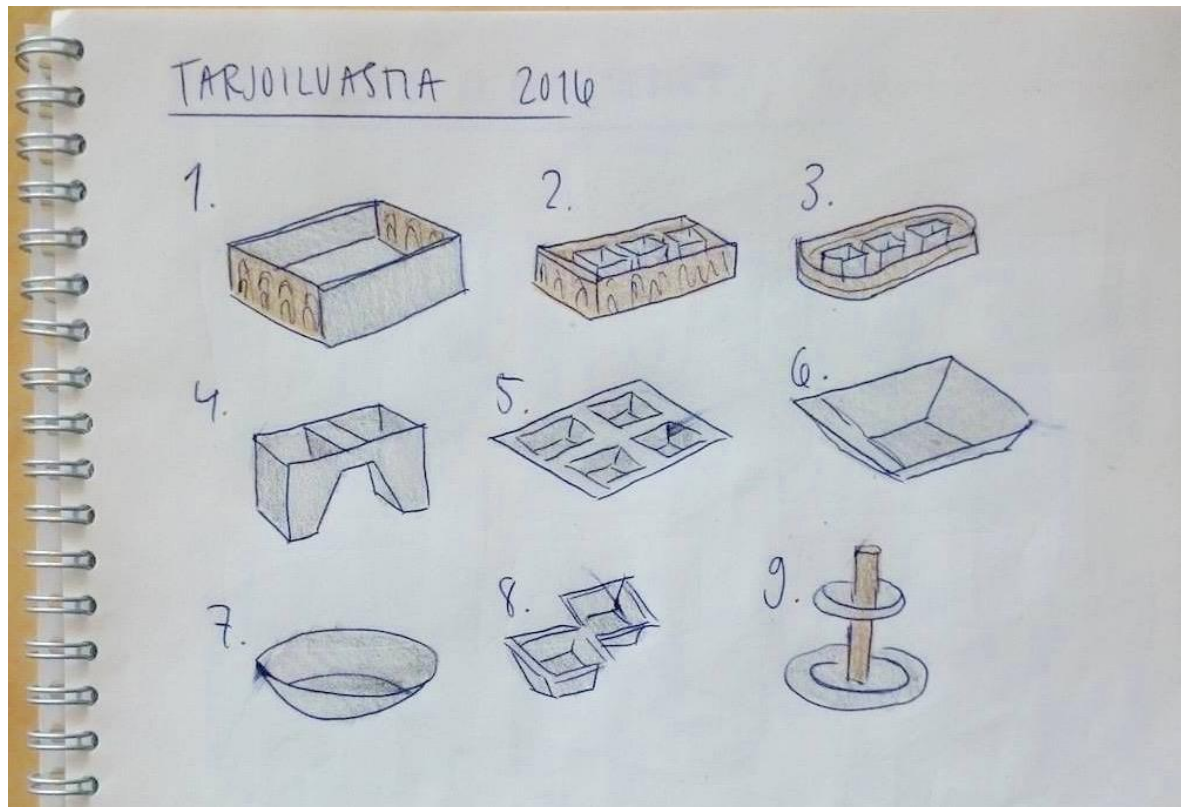
Kuvio 15. Ensimmäisistä halko-/lehtiteline -ideoista 3D-mallinnetut kuvat.

Toimeksiantaja piti jakkara-ideoista numero 8 ja 17 (Kuvio 16). Pikkupöytä-ideoista mieluisimmaksi nousi numero 9 (Kuvio 16). Halko-/lehtiteline -ideoissa mieluisimpia ideoita olivat numerot 5, 9, 12, 14 ja 18 (Kuvio 16). Ideaan numero 12 toimeksiantaja ehdotti lisättäväksi puisen kantokahvan, kuten ideoissa 9 ja 18. Siitä ideoimmekin yhdessä tuoteidean numero 21 (Kuvio 16). Ruukku/vaasi -ideoissa toimeksiantaja piti numeroista 8 ja 9 (Kuvio 16). Osan valituista tuotteista olin myös mallintanut esittelyyn.



Kuvio 16. Jatkosuunnitteluun valitut tuoteideat.

Tapaamisessa päätimme toimeksiantajan kanssa myös kahden suunniteltavan mallistokonseptin muotokielet mieluisimpien tuoteideoiden pohjalta. Päädymme siihen, että Mallisto 1. olisi viisto, geometrinen ja suoralinjainen. Mallisto 2. olisi sen sijaan ilmava, siro ja siinä yhdistyisi puu & betoni. Tapaamisen jälkeen aloin kehittää toimeksiantajan valitsemia tuoteideoita. Suunnittelutyö jatkui 3D-mallintamalla Rhinoceros-suunnitteluohjelmalla. Valittujen tuoteideoiden pohjalta aloin myös suunnitella mallistokonsepteihin sopivia tarjoiluastioita (Kuva 15). Päädyn 3D-mallintamaan ideat numero 2, 4 ja 5. Mielestäni nämä ideat poikkesivat eniten jo olemassa olevista tarjoiluastioista. Idea numero 2 sopi parhaiten siroon mallistoon, jossa yhdisteltiin puuta ja betonia. Sen sijaan ideat numero 4 ja 5 sopivat muotokielellään parhaiten viistoon mallistoon.



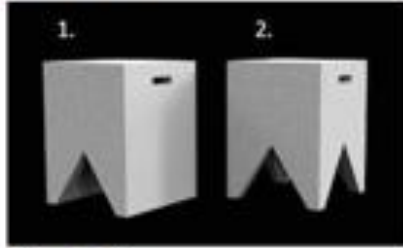
Kuva 15. Luonnoksia tarjoiluastioista.

6.4 Konseptointi

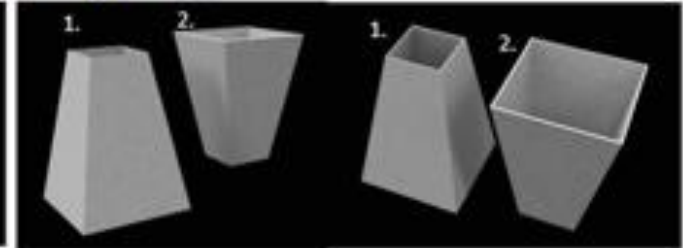
Kokosin suunnittelemistani tuotteista kaksi erilaista mallistokonseptia (Kuvio 17; Kuvio 18). Kokosin 3D-mallinetuista tuotteista renderoidut kuvat plansseiksi ja lähetin planssit toimeksiantajalle. Pyysin toimeksiantajalta kommentteja tuotteista. Joissakin tuoteryhmissä oli vielä kahdesta kolmeen toisistaan eroavaa ideaa, joista halusin toimeksiantajan valitsevan mieluisimmat. Kommenttien ja huomioiden perusteella tulisin kokoamaan kaksi lopullista mallistokonseptia, jotka esitettäisiin myös yrityksen asiakkaille Facebookin kautta.

MALLISTOKONSEPTI 1 // TUOTTEITA // VIISTO- JA SELKEÄLINJAINEN

Jakkaroita



Ruukkuja/vaaseja



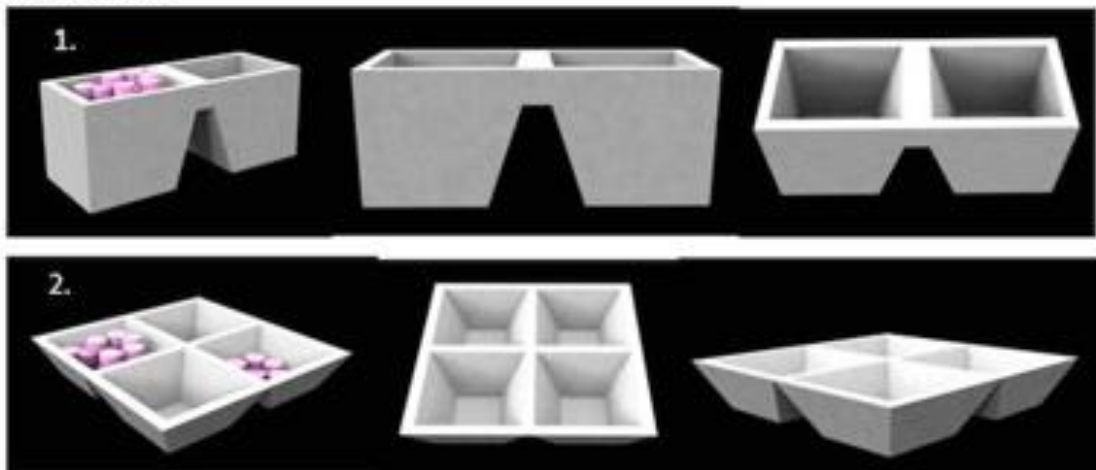
Pikkupöytiä



Halko-/lehtiteline



Tarjoiluastioita



TUOTTEISSA MYÖS BETONIIN YHDISTETTYJÄ PUISIA YKSITYISKOHTIA // SATU KUUSISTO

Kuvio 17. Mallistokonsepti 1 -planssi.

MALLISTOKONSEPTI 2 // TUOTTEITA // SIRO, KEVYT, BETONI & PUU

Jakkaroita



Ruukkuja/vaaseja



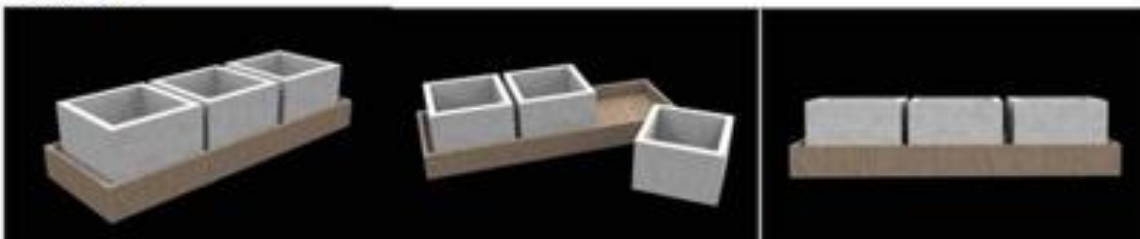
Pikkupöytiä



Halko-/lehtiteline



Tarjoiluastia



TUOTTEISSA BETONIIN YHDISTETTYNÄ PUISIA YKSITYISKOHTIA // SATU KUUSISTO

Kuvio 18. Mallistokonsepti 2 -planssi.

6.5 Konseptien valinta

Toimeksiantajan mielestä Mallistokonsepti 1 eli ”viisto- ja selkeälinjainen” mallisto (Kuvio 17) oli kokonaisuutena parempi kuin Mallistokonsepti 2 (Kuvio 18). Toimeksiantajan mukaan betoni tulee Mallistokonsepti 1:ssä paremmin esille. Lisäksi tämän Mallistokonseptin tuotteet ovat selkeästi betonituotteita eivätkä puun ja betonin yhdistelmätuotteita. Tämän malliston halkoteline sai runsaasti kehuja toimeksiantajalta ja kahdelta yrityksessä toimivalta harjoittelijalta. Molemmat tämän malliston kahdesta jakkara-vaihtoehdosta miellyttivät toimeksiantajaa, mutta valintaa tehdessä jakkaraidea 2 tuli valituksi. Toimeksiantajan mielestä kahdesta jakkarasesta 2 oli vielä erikoisempi kuin numero 1.

Mallistokonsepti 1 pöytäideoista toimeksiantaja valitsi idean 1 (Kuvio 17), jonka päällinen ja alataso ovat betonia ja sivut puuta. Tarjoiluastia-ideoista molemmat ideat olivat toimeksiantajan mielestä hienoja, mutta tarjoiluastia numero 2 (Kuvio 17) oli ideoista matalampi ja siksi toimeksiantajan mielestä ehkä käytännöllisempi. Ruukku/vaasi -ideoista toimeksiantaja piti enemmän ideasta 1 (Kuvio 17). Toimeksiantajan mielestä pyramidin mallinen ruukku oli ideoista erikoisempi ja mielenkiintoisempi. Kysyin toimeksiantajalta mielipidettä tarjoiluastia-idean numero 1 käytöstä malliston ruukkuna, sillä alun perin piirsin idean ruukuksi, ja vasta myöhemmin idea muuntui tarjoiluastiaksi. Omasta mielestäni idea oli niin mielenkiintoinen, että halusin sen päätyvän mallistoon. Toimeksiantaja pitikin ehdotuksestani, ja tarjoiluastia-idea 1 päädyttiin valitsemaan malliston ruukuksi.

Mallistokonsepti 2 eli ”siro, kevyt ja betoni & puu” miellytti toimeksiantajaa vähemmän kokonaisuutena. Tässä malliston tuotteissa on yhdistelty puuta ja betonia selkeästi enemmän kuin Mallistokonsepti 1:ssä. Malliston jakkara-vaihtoehdoista toimeksiantaja piti eniten ideasta 3 (Kuvio 18), jossa on betoninen pyöreä istuin ja puiset jalat. Pöytä-ideoista toimeksiantaja valitsi idean 1 (Kuvio 18), jonka pöytälevy ja alataso ovat betonia ja jalat ovat puuta. Ruukku/vaasi -ideoista toimeksiantaja valitsi idean 3 (Kuvio 18), sillä toimeksiantajan mielestä se sopii parhaiten malliston tarjoiluastian kanssa yhteen. Toimeksiantajan palautteen ja valittujen ideoiden pohjalta siirryin jatkosuunnittelemaan ja viimeistelemään kahta mallistokonseptia.

6.6 Jatkokehittely

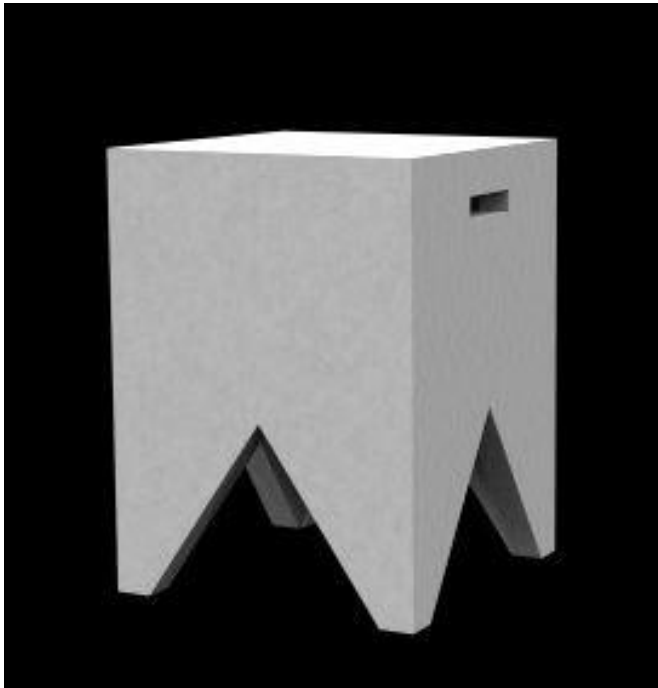
Mallistojen lopulliset kokoonpanot muodostuivat toimeksiantajan valitsemista tuotteista. Viimeistelin valittujen tuoteideoiden mitoitukset, rakenteet ja mallinnukset. Tässä vaiheessa tein tuoteideoista myös hahmomalleja, jotka auttoivat mittojen ja mittasuhteiden hahmottamisessa. Tämän jälkeen renderoin mallistojen tuotteista ja kokonaisuuksista hyvät tuotekuvat, joissa tuotteiden mittasuhteet tulivat paremmin esille toisiinsa nähden. Otin tuotteista kuvia eri kuvakulmista. Tuotekuvien kautta asiakkaalle tulisi välittyä, minkälainen tuote on. Kuvista täytyi myös välittyä tuotteissa käytetyt materiaalit. Nämä lopulliset tuotekuvat kokoaisin plansseiksi Facebookiin, jonka kautta yrityksen asiakkaat äänestäisivät mieluisamman malliston. Hyvät tuotekuvat ovat näin ollen erityisen tärkeässä roolissa. Asiakkaan täytyy saada molemmista mallistoista kuvien välityksellä juuri oikeanlainen kuva.

Lopullisten tuotekuvien renderoinnin jälkeen kokosin mallistot tuotekuvalansseiksi (Liite 3). Tässä kohtaa myös nimesin mallistot, jotta asiakkaan olisi sitäkin kautta helpompi samaistua mallistoihin. Päädyin nimeämään mallistot niiden muotokielten mukaisesti. Mallisto 1 sai nimekseen ”Viisto” ja Mallisto 2 sai nimekseen ”Siro”. Kysyin myös toimeksiantajalta mielipidettä mallistojen nimiin, ja heidän mielestään nimet sopivat mallistoille oikein hyvin.

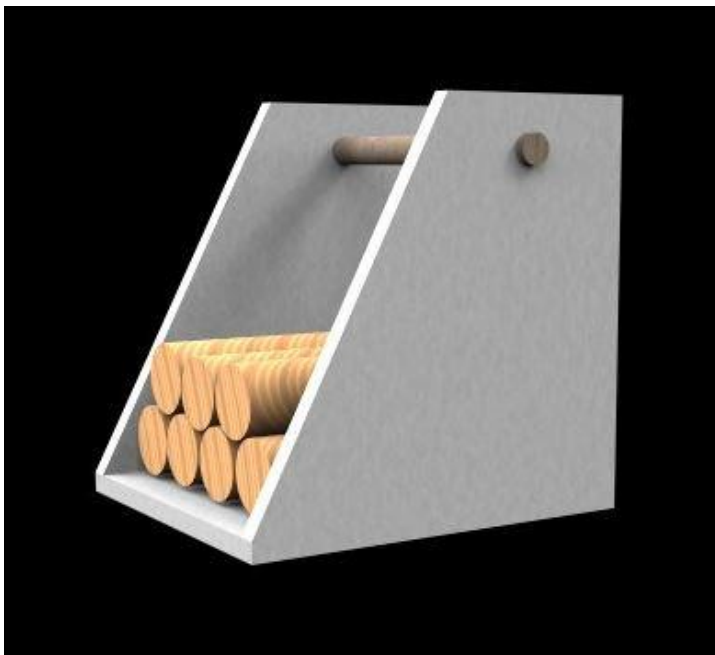
Viisto-malliston yhtenäinen muotokieli muodostuvat viistoista linjoista (Kuva 16). Tämän malliston tuotteet on valmistettu pääsääntöisesti betonista. Malliston pöydässä ja halkotelineessä on käytetty lisänä puumateriaalia. Mallistoon valikoitui geometrinen nelijalkainen kuutiomainen jakkara (Kuva 17). Malliston halko/lehtiteline on malliston muotokieleen sulautuva viisto-sivuinen (Kuva 18), jonka puinen kantokahva luo betonille pientä kontrastia. Tämän malliston pikkupöytä koostuu betonisesta pöytälevystä ja alatasosta (Kuva 19). Pöydän sivut ovat alaspäin viistot puulevyt. Viisto-malliston ruukku/vaasi mukailee myös osaltaan malliston kokonaisuuden muotokieltä (Kuva 20). Ruukussa/vaasissa on kaksi syvennystä eli siinä voi halutessaan pitää samanaikaisesti kahta kukkaa tai kasvia. Tuotetta voisi käyttää ruukkuna istutetuille kasveille kuin vaasina leikkokukille. Tarjoiluastiassa on neljä erillistä syvennystä (Kuva 21). Tarjoiluastian jokaisen erillisen kupin sivut kapenevat viistosti alas.



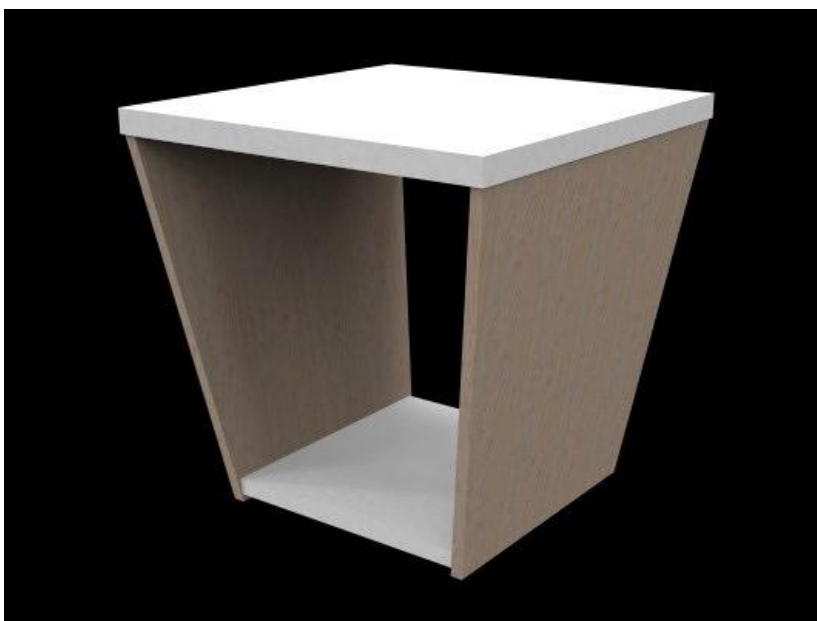
Kuva 16. Viisto-mallisto.



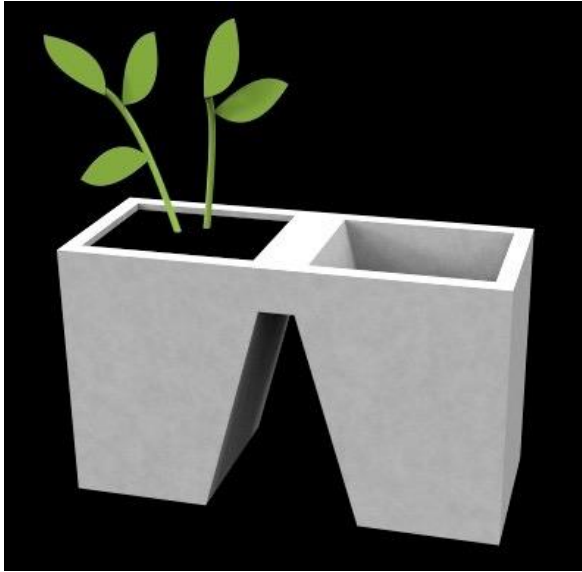
Kuva 17. Viisto-malliston jakkara.



Kuva 18. Viisto-malliston halko-/lehtiteline.



Kuva 19. Viisto-malliston pikkupöytä.



Kuva 20. Viisto-malliston ruukku/vaasi.



Kuva 21. Viisto-malliston tarjoiluastia.

Siro-malliston yhtenäinen muotokieli muodostuu tuotteiden ilmavista linjoista (Kuva 22). Malliston kaikissa tuotteissa betoniin yhdistyy jollain tapaa puumateriaali. Puumateriaalia on käytetty tuotteissa esimerkiksi jaloissa ja kantokahvassa. Malliston jakkaraksi valikoitui malli, jossa on pyöreä betoninen istuin ja puiset pyöreät ristikkojalat (Kuva 23). Siro-malliston halko-/lehtiteline on myös ilmava ja siro (Kuva 24). Halko-/lehtitelineessä on kapeat sivut ja puinen kantokahva. Pikkupöytä koostuu betonisesta pöytä- ja alatasosta (Kuva 25). Pöydänjalat ovat pyöreät puujalat, jotka ovat saman paksuiset kuin jakkaran puiset jalat. Pöydän alataso on pienempi kuin pöytätaso, jolloin pöydänjalat laskevat viistosti alas. Malliston kulmikas ruukku/vaasi koostuu betonisesta yläosasta ja puisesta alaosasta (Kuva 26).

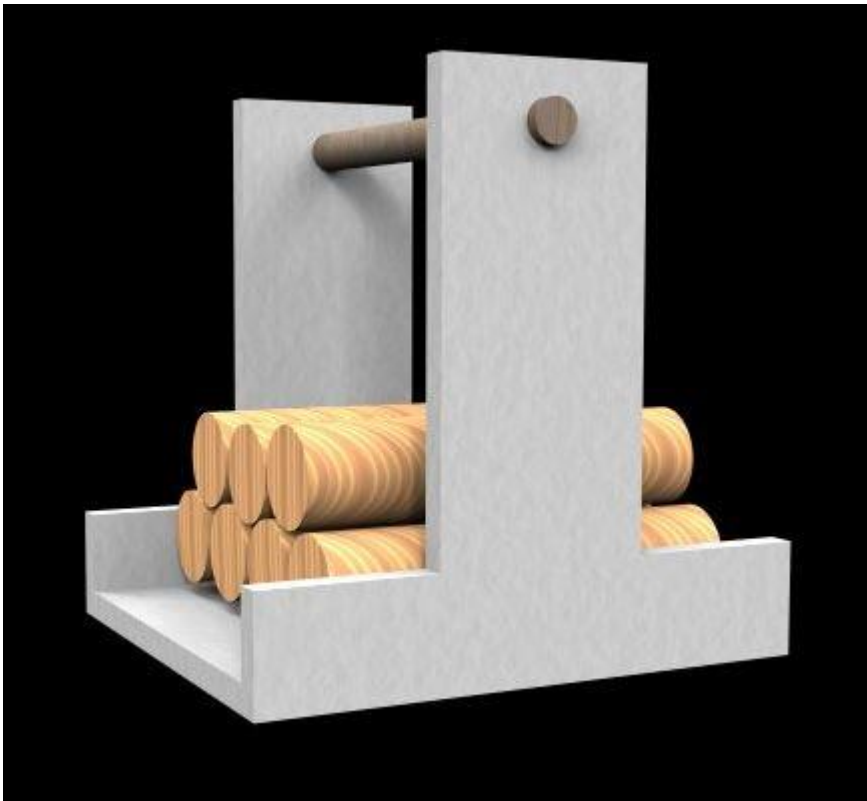
Puinen alaosa on erillinen, jonka voi myös halutessaan irrottaa ja käyttää erillisenä kuppina. Tällöin ruukuksi/vaasiksi jää vain betoninen osa. Tarjoiluastia on useammasta osasta koostuva setti (Kuva 27). Tarjoiluastia koostuu kolmesta betonisesta kiposta ja puisesta astiasta. Betoniset astiat ovat pienempiä kulmikkaita kippoja, jotka mahtuvat isomman puisen astian sisälle. Halutessaan astioita voi käyttää myös erillään, jolloin kokonaisuuden puinenkin osa toimii tarjoiluastiana.



Kuva 22. Siro-mallisto.



Kuva 23. Siro-malliston jakkara.



Kuva 24. Siro-malliston halko-/lehtiteline.



Kuva 25. Siro-malliston pikkupöytä.



Kuva 26. Siro-malliston ruukku/vaasi.



Kuva 27. Siro-malliston tarjoiluastia.

6.7 Kuluttajapalaute

Mallistojen tuotekuvista koostuvat planssit ladattiin Rento Designin Facebook-sivulle. Tätä kautta yrityksen Facebook-sivun tykkääjät pääsivät näkemään kuvat mallistoista. Rento Designin Facebook-sivusta tykkääjien oletetaan olevan yrityksen asiakkaita eli malliston kohderyhmä ja malliston tuotteiden loppukäyttäjiä. Näin ollen malliston loppukäyttäjät saivat tykkäysäänestyksellä äänestää omaa henkilökohtaista mallistosuosikkiaan ja halutessaan myös kommentoida mallistoja tai niiden tuotteita.

6.7.1 Toteutus

Koska projekti on käyttäjälähtöinen, kuluttajat ovat saaneet olla projektissa mukana alusta loppuun saakka. Projektin alussa toteutetun asiakaskyselyn vastaajat olivat yrityksen Facebook-sivun tykkääjiä, sillä asiakaskyselyn nettilinkkiä jaettiin vain Rento Designin Facebook-sivulla. Näin ollen myös lopullisen malliston valinnan haluttiin olevan asiakaskyselyyn vastanneen kuluttajaryhmän päätös. Tällä tavalla varmistuttaisiin siitä, että lopullinen mallisto on projektin kohderyhmälle

mieluisin. Kuvista tykkäneiden kesken arvottiin Rento Designin Read it 'n' wear it -malliston korttikotelo. Facebookissa viikonlopun yli kestäneessä äänestyksessä sekä Viisto-mallisto että Siro-mallisto saivat kuitenkin molemmat 24 tykkäystä.

Äänestys päättyi siis mallistojen väliseen tasapeliin. Lopullisen malliston valinnan tekikin Facebook-äänestyksen jälkeen Rento Design itse. Yrityksen mielestä molemmat mallistokonseptit olivat hienoja ja kehityskelpoisia, mutta toimeksiantaja päätyi kuitenkin valitsemaan lopulliseksi mallistoksi Viisto-malliston. Viisto-malliston muotokieli miellytti toimeksiantajaa eniten ja lisäksi tämä mallisto oli heidän mielestään selkeästi betoninen kokonaisuus verrattuna Siro-mallistoon. Toimeksiantajan mielestä Viisto-mallisto olisi myös myyvämpi.

6.7.2 Analyysi

Mallistokonseptit keräsivät Facebookissa yhteensä 48 tykkäystä. Projektin alussa toteutettuun asiakaskyselyyn vastasi 36 henkilöä. Voidaan katsoa, että kaikki asiakaskyselyyn vastanneet ovat äänestäneet omaa henkilökohtaista mallistosuosikkiaan myös Facebook-äänestyksessä. Kuitenkin näiden henkilöiden lisäksi äänestäneissä oli 12 henkilöä, jotka eivät kuuluneet asiakaskyselyyn vastanneisiin. Nämäkin henkilöt kuitenkin kuuluvat malliston kohderyhmään, sillä he ovat Rento Designin Facebook-tykkäjiä, joiden katsotaan olevan yrityksen asiakkaita eli malliston loppukäyttäjiä.

Äänet mallistojen välillä jakautuivat tasan ja molemmat mallistokonseptit saivat kuluttajilta yhtä paljon ääniä. Voidaan siis päätellä, että onnistuivat suunnittelemaan kaksi tyyliään erilaista mallistoa, jotka molemmat miellyttivät kuluttajia eli Rento Designin asiakkaita. Onnistuivat siis poimimaan asiakaskyselyn tuloksista tätä kuluttajaryhmää miellyttävät tyylit ja suunnittelemaan molemmat mallistot näiden tyylien mukaisesti. Mallistot saivat Facebookissa tykkäyksiensä lisäksi muutaman kommentin. Kommentteissa keuhuttiin sekä Siro- että Viisto-mallistoa. Kuluttajat kommentoivat valitsevansa mieluummin toisen malliston, koska juuri se sopisi paremmin heidän kotiinsa. Siro-malliston kommentoitiin olevan nimensä mukaisesti siromman ja kevyemmän oloinen. Viisto-malliston kommentoitiin miellyttävän enemmän silmää. Samainen Facebook-komentoiija kuitenkin kirjoitti: "...mageita silti molemmat

mallistot!!". Vaikka lopullisen mallistovalinnan tekikin Rento Design, uskon että valittu mallistokonsepti miellyttää myös kuluttajia. Niin voi Facebook-tykkäyksistä ja mallistojen saamista kommentteista päätellä.

Toimeksiantaja otti lopullisen malliston valinnassa huomioon malliston muotokielen ja tyylin. Rento Designin mielestä Viisto-mallisto on mielenkiintoisempi tuotteissa esiintyvien viistojen linjojen ansiosta. Yrityksen mukaan Viisto-mallistossa miellyttivät tuotteiden graafinen linja ja jyrkät muotokieli, joka ilmentää ja tukee myös tuotteiden materiaalia eli betonia. Lisäksi betoni tulee yleisesti ottaen Viisto-mallistossa toimeksiantajan mukaan paremmin esille. Rento Designin mielestä Viisto-malliston tuotteet ovat kokonaisvaltaisesti yhteensopivampia ja mallisto kokonaisuudeltaan yhteneväisempiä kuin Siro-mallisto. Viisto-malliston valintaan vaikutti myös se, että tämän malliston halko-/lehteline nousi jo ensimmäisistä tuotteista toimeksiantajan suosikiksi.

Viisto-malliston tuotteet olisivat valmistettu enimmäkseen pelkästä betonista, ja vain kahdessa tuotteessa olisi käytetty lisäksi muuta materiaalia. Mallisto olisi siis selkeästi betoninen mallisto, eikä puu & betoni -yhdistelmä mallisto. Uskoisin yrityksen valintaan vaikuttaneen myös mahdolliset valmistusteknilliset asiat. Viisto-mallistossa on vähemmän puisia yksityiskohtia kuin Siro-mallistossa. Viisto-mallisto olisi siis näin ollen myös helpompi valmistaa.

7 LOPULLINEN MALLISTO

Kaluste- ja sisustustuotemalliston tuli olla asiakaskyselystä saatujen tulosten perusteella tyyliiltään klassinen, ajaton ja design, mutta samalla myös industrial, rouheaa ja uniikki. Lisäksi asiakkaat pitivät vaaleasta, selkeästä, ilmavasta ja ajattomasta, mutta myös maanläheisestä, rouheasta ja uniikista sisustustyylistä. Yrityksen tämänhetkinen tyyli oli rönsyilevämpi kuin asiakkaiden mieltämät tyylit. Yrityksen tyyliä olisi kuitenkin tarkoituskin kehittää nimenomaan linjakkaampaan ja virtaviivaisempaan suuntaan.

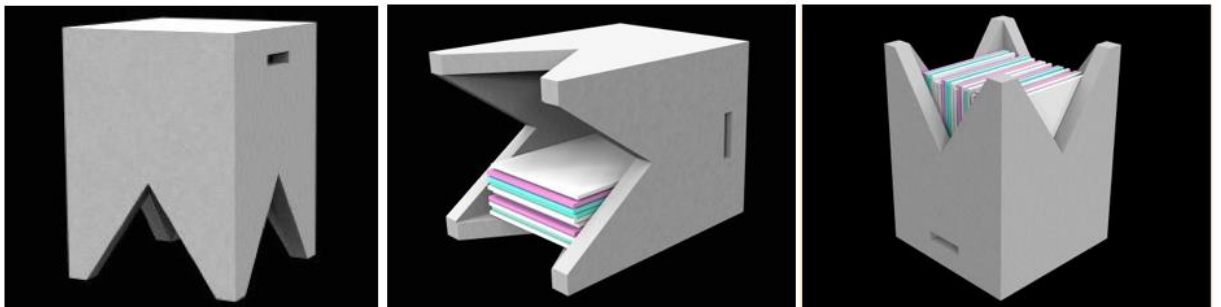
Lopulliseksi mallistoksi valikoitui Viisto-mallistokonsepti (Kuva 28). Viisto-malliston muotokielessä yhdistyvät graafisuus, viistolinjaisuus ja keveys. Malliston tuotteet ovat suoralinjaisia ja kulmikkaita. Mallistokonsepti sisältää viisi monikäyttöistä tuotetta; jakkara, pikkupöytä, halko-/lehtiteline, ruukku/vaasi ja tarjoiluastia. Mallisto on yhtenäinen, mutta sen tuotteet ovat silti toisiinsa nähden selkeästi erilaisia. Malliston tuotteita yhdistää jokaisessa tuotteessa toistuva viistolinjaisuus. Tuotteet sopivat moneen tyyliin ja niitä voidaan helposti yhdistellä erilaisiin sisustuksiin. Malliston kahdessa tuotteessa yhdistyy betoni- ja puumateriaali, mikä luo mielenkiintoa malliston kokonaiskuvaan. Kylmä ja kova betoni sekä lämmin ja pehmeä puu myös täydentävät hyvin toisiaan.



Kuva 28. Lopullinen mallistokonsepti.

Betoni vastaa jo itsessään viimeistelemättömällä pinnallaan asiakkaiden mieltämään rouheaan industrial-tyyliin. Betoni on lisäksi yksi industrial-tyylin tärkeimmistä tyylikelementeistä. Betoni huokuu myös maanläheisyyttä, sillä sehän on ikään kuin kiveä. Selkeys, ilmavuus, ajattomuus ja design sen sijaan kumpuavat tuotteiden muotokielestä. Tuotteet ovat muodoltaan selkeälinjaisia, graafisia ja omalla tavallaan keveitä. Malliston tyyli ja muotokieli vastaavat niin asiakkaiden kuin yrityksenkin toiveita.

Viisto-malliston jakkara on kuutiomainen (kuvio 19). Se on korkeudeltaan 400 mm, syvyydeltään 300 mm ja leveydeltään 300 mm (Liite 4). Betonituote on 30 mm paksuinen. Jakkaran viistot jalat yhdistävät sen mallistossa vallitsevaan viistolinjaiseen muotokieleeseen. Tuotteen muoto on mielenkiintoinen ja erikoinen. Jakkara on ikään kuin kuutio, jota on läpileikattu kahdella kallistetulla kuutiolla. Katsoja saat- taakin nähdä jakkaraissa neljän viiston jalan sijaan neljä viistoa aukkoa. Jakkaran kahdella sivulla on kädensija-aukot, jotka helpottavat jakkaran siirtelyä ja nostelua. Aukkojen mitat ovat 80 x 20 mm.



Kuvio 19. Lopullisen malliston jakkara.

Jakkaraa voidaan istuimen lisäksi käyttää pikkupöytänä, kuten esimerkiksi sirona sohvapöytänä. Lisäksi säänkestävän materiaalin ansiosta kalustetta voidaan käyttää niin sisällä kuin ulkona terassikalusteena. Jakkara on ontto, mikä lisääkin sen monikäyttöisyyttä. Onttouden ansiosta kalustetta voidaan käyttää myös ylösalaisin käännettynä säilytyslaatikkona (Kuvio 19). Lisäksi kaluste voidaan asettaa kyljelleen, jolloin sitä voidaan käyttää lehtitelineenä. Myös toimeksiantaja piti mallistoon valitusta jakkarasta. Toimeksiantajan mielestä jakkara on hieno ja erikoinen.

Viisto-malliston halko-/lehtiteline toimii sekä halkojen että lehtien säilytystelineenä (Kuvio 20). Telineen korkeus on 400 mm, leveys 350 mm ja syvyys 400 mm (Liite

4). Tämä tuote on 20 mm paksuinen. Tuote on tarkoitettu käytettäväksi kauniina säilytystelineenä eikä niinkään kantovälineenä. Teline on ominaispainoltaan sen verran painava, että sitä voi olla vaikea kantaa pitkää matkaa, sen ollessa täynnä vaikkapa halkoja. Telineessä kahden sivuseinän välillä on puinen pyöreä 30 mm paksuinen kantokahva, josta telinettä voi tarvittaessa siirrellä. Kahvalle on telineen sivuseinissä reiät, joiden läpi kahva asettuu. Puukahva näkyy näin ollen myös sivuilla. Muotokieleltään tämäkin tuote on viistolinjainen ja ilmava. Telineessä on puoliksi viistot sivut tuovat tuotteeseen geometrista linjakkuutta. Tämä tuote oli toimeksiantajan ehdoton suosikki koko mallistosta.



Kuvio 20. Lopullisen malliston halko-/lehtiteline.

Malliston pikkupöytä jatkaa viistoa linjaa (Kuvio 21). Pöytä muodostuu neljästä osasta: pöytälevystä, alatasosta ja kahdesta sivulevystä. Pöytälevy ja alataso ovat betonia. Tasojen väliin asettuvat sivut ovat puuta. Pöytälevy on mitoiltaan 500 x 500 mm ja 30 mm paksuinen (Liite 4). Alataso on sen sijaan 350 x 350 mm ja paksuudeltaan 20 mm. Alataso on pöytätasoa pienempi, joten pöydän sivuseinät laskevat viistosti alas. Osien välille jää aukko, joka tuo ilmavuutta kalusteen ulkonäköön. Aukkoa voi käyttää myös säilytystilana. Alatasolla on säilytystilaa vaikkapa kaukosäätimille, lehtiä tai säilytyskorille. Pikkupöytä on monikäyttöinen. Sitä voi käyttää esimerkiksi sohva- tai sivupöytänä. Pöytä sopii myös parvekekäyttöön. Betoninen pöytälevyn materiaali on paloturvallinen, jolloin sen päällä voi myös vaaratta polttaa kynttilöitä.



Kuvio 21. Lopullisen malliston pikkupöytä.

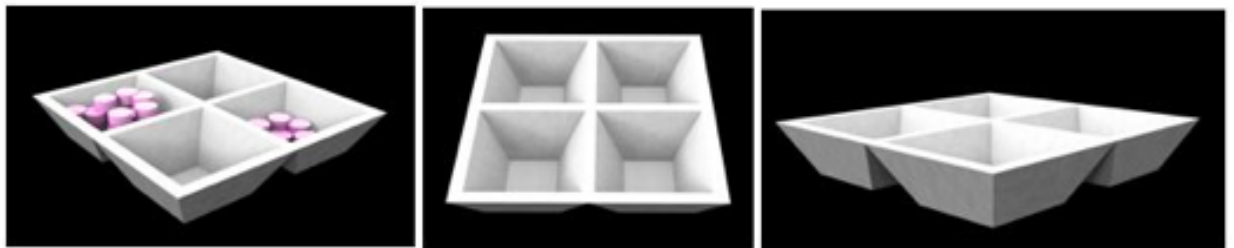
Malliston viisto- ja suoralinjainen ruukku/vaasi on kaksiosainen (Kuvio 22). Siinä on kaksi erillistä astiaa, jotka ovat kuitenkin yläreunoista kiinni toisissaan. Viistolinjainen aukko erottaa astiat toisistaan. Ruukun/vaasin korkeus on 150 mm, kokonaisleveys 250 mm ja syvyys 100 mm (Liite 4). Sisäästioiden suuaukot ovat mitoitetaan 100 x 80 mm ja sisäaukkojen korkeus on 140 mm. Betonituote on paksuudeltaan 10 mm.



Kuvio 22. Lopullisen malliston ruukku/vaasi.

Tuotetta voidaan käyttää istutettaville kasveille ruukkuna, jolloin astia täytetään mullalla. Ruukussa ei kuitenkaan ole reikää pohjassa, joten istutettaville kasveille täytyy tehdä ruukun pohjalle salaojitus, esimerkiksi ruukkusorasta. Reiättömyyden ansiosta tuotetta voidaan käyttää myös vaasina leikkokukille, jolloin astia täytetään vedellä. Tuotetta voidaankin käyttää samanaikaisesti sekä ruukkuna että vaasina. Vedenpitämisen maksimoimiseksi astia täytyy lakata sisäpuolelta kirkkaalla lakalla. Lakka muodostaa astiaan vedenpitävän pinnan. Säänkestävän betonin ansiosta tätäkin malliston tuotetta voi käyttää myös ulkona. Toimeksiantajan mielestä mallistoon valittu mielestä ruukku/vaasi on hieno ja erilainen.

Betonisessa tarjoiluastiassa on neljä erillistä osiota (Kuvio 23). Kupit ovat ikään kuin erillisiä astioita, jotka yhdistyvät yhdeksi kokonaisuudeksi. Osiot ovat siis kaikki kiinni toisissaan ja muodostavat kulmikkaan tarjoiluastian. Korkeudeltaan tarjoiluastia on 40 mm, leveydeltään ja syvyydeltään 220 mm (Liite 4). Yhden kupin koko on 95 x 95 mm. Astian viisto muotokieli näkyy kupeissa, jotka kapenevat viistosti alaspäin. Tarjoiluastia on käytännöllinen, sillä siihen saa tarjolle samanaikaisesti neljää eri herkkua. Tarjoiluastia sopii käyttöön niin kahvipöytään kuin illalliselle. Toimeksiantajan mielestä tarjoiluastia on hieno ja käytännöllinen.



Kuvio 23. Lopullisen malliston tarjoiluastia.

Malliston tuotteet valmistettaisiin kuitubetonista, jolloin tuotteet ovat kevyempipainoisia kuin tavanomaisesta hienobetonista valmistettuna. Kuitubetoni on myös kuitujen ansiosta vahvaa, jolloin esimerkiksi pikkupöydän pöytälevy tai alataso ei tarvitse raudoitusta. Tuotteiden betonivalumuotit voidaan valmistaa muovista tai paksusta pahvista. Pahvi tukisi yrityksen ja kuluttajaryhmän ekologista ajattelua, mutta toisaalta muovista valmistettuja valumuotteja voitaisiin käyttää useampaan kertaan toisin kuin pahvisia muotteja. Muoviset valumuotit yrityksen kannattaisi teettää alihankkijalla.

Kuitubetonista syntyvä pinta on sileä, mutta siihen voi silti jäädä joitain betonille ominaisia epätasaisuuksia. Tuotteiden alapintoihin voisi kiinnittää huopatarrat naarmujälkien minimoimiseksi. Esimerkiksi jakkaran jalkoihin, halko-/lehtitelineen ja pikkupöydän pohjiin olisi hyvä kiinnittää huopatarrat. Huopatarrat estäisivät naarmujen aiheutumisen ja niiden ansiosta kalusteita olisi myös helppo siirrellä lattialla.

Tuotteiden puuosat voitaisiin valmistaa kierrätys- tai ylijäämäpuusta, jolloin tuotteissa yhdistyisi myös eettisyys ja ekologisuus. Tällä tavoin tuotteet tukisivat myös Rento Designin kierrätysteemaa. Puuosat lisäävät myös tuotteiden yksilöllisyyttä.

Kierrätyspuusta valmistetut osat voitaisiin jättää mahdollisimman käsittelemättömäksi, jolloin pinta jäisi kuluneeksi ja ajan patinoimaksi. Puuosissa voisi myös olla aiemmassa käytössä syntyneitä kolhuja. Puuosat olisivat tällöin jokainen omanlaisensa ja uniikki yksilö. Näin ollen koko tuote olisi muihin verrattaessa ainutlaatuinen. Kierrätetyn puumateriaalin avulla tuotteissa olisi myös mielenkiintoisia yksityiskohtia. Pelkästä betonista valmistetut tuotteetkaan eivät olisi identtisiä, sillä betonikin on materiaali, jossa esiintyy eroavaisuuksia. Kuivunut betonipinta on elävä ja rouhea, jolloin kaikki siitä valetut tuotteet ovat omia uniikkeja yksilöitään.

8 MALLISTON MARKKINOINTI

Markkinointiviestintä on yrityksen kilpailukeino, jolla se kommunikoi asiakkaiden kanssa. Markkinointiviestinnällä yritetään saada tuotteille kysyntää ja kuluttaja saadaan kiinnostumaan tuotteesta. Markkinointiviestintään kuuluvat niin myyntityö, mainonta, myyinnedistäminen ja tiedotustoiminta. Yksi markkinointiviestinnän yleisimmistä muodoista on kuitenkin mainonta. (Kannisto 2013.) Markkinointikeinoja ja -kanavia on monia. Tärkeintä on löytää oikea keino, jolla yritys tavoittaa tuotteidensa kohderyhmän edustajat. Yleisin pienten yritysten käyttämä markkinoinnin keino on verkkomainonta. Se on edullista ja sitä kautta tavoittaa suuren määrän potentiaalisia asiakkaita. Verkkomainontaa ovat yrityksen omat kotisivut, jälleenvyyjien kotisivut sekä sosiaalinen media ja yhteisöpalvelut; kuten Facebook, Twitter, Instagram ja Pinterest.

Suunnittelemani kaluste- ja sisustustuotemalliston markkinointi tulisi kyseeseen, mikäli yritys päättäisi ottaa malliston valmistukseen ja myyntiin. Ennen tätä olisi kuitenkin edessä vielä monta vaihetta, kuten mahdolliset prototyypit, testimallistot ja 0-sarja, joiden avulla malliston tuotteet ja niiden valmistusvaiheet konkretisoituisivat. Niin sanotun testimalliston kautta yritys arvioisi miten tuotteiden myynti lähtee käyntiin eli onko mallistolle ja sen tuotteille tarpeeksi kysyntää. Testimalliston avulla yritys myös kartoittaisi, miten tuotteiden valmistus ja tuotanto olisi kannattavinta käytännössä toteuttaa.

Rento Designin yrittäjät ovat markkinoinnin ja viestinnän alan ammattilaisia. Pohdiskelimme yhdessä toimeksiantajan kanssa malliston markkinointimahdollisuuksia, mikäli yritys ottaisi suunnittelemani malliston myyntiin ja tuotantoon. Itsessään mallisto ja sen tuotteet sulautuvat hyvin yrityksen ilmeeseen ja tukevat tyyllillään yrityksen tuotevalikoimakokonaisuutta. Mallisto siis sopii jo alun perinkin Rento Designin ilmeeseen. Mallistoa ei kuitenkaan alettaisi markkinoida yhdessä muiden tuotteiden kanssa, vaan sitä alettaisiin markkinoida omanaan.

Mallistolle voisi Viisto-nimen lisäksi keksiä myös oman esittelytekstin tai lauseen, joka kuvailisi mallistoa ja sen mahdollisuuksia kuluttajalle. Esittelyteksti voisi olla

ikään kuin malliston tarina. Tarina voisi auttaa myös malliston markkinoinnissa. Esittelytarina voisi parhaimmillaan tehdä kuluttajaan vaikutuksen ja jäädä sitä kautta mieleen. Mallistolle tehtäisiin myös oma mainosbanneri ja tuotekortti, josta kuluttaja voi lukea tietoja tuotteista. Mallistolle tulisi siis suunnitella myös graafinen ilme, jota käytettäisiin malliston omissa markkinointimateriaaleissa. Rento Designin myymälässä malliston tuotteet aseteltaisiin esille omaan osastoonsa noudattaen samaa tuoteryhmittäistä esillepanoa, mitä myymälässä on nytkin nähtävissä. Tällä hetkellä esimerkiksi nuottituotteet ja sarjakuvatuotteet ovat esillä omina osastoinaan. Verkkokauppaan mallistolle tehtäisiin oma tuoteryhmäkategoria, jonka kautta kuluttaja löytäisi malliston tuotteet ja pääsisi selailemaan niitä.

Malliston verkkomainonta voitaisiin aloittaa Facebookissa nostamalla sitä pieninä sponsoroituina mainoksina. Mainokset ponnahtelisivat näin Facebook-käyttäjien uutissivulle. Verkkokaupassa uutta mallistoa voitaisiin nostaa esille etusivulle, jolloin kuvat uudesta mallistosta näkyisivät heti ensimmäisenä verkkokaupassa eli yrityksen kotisivuilla vierailijoille. Mallistosta voitaisiin nostaa kuvia myös Pinterestiin. Mallistosta voisi lähetellä myös juttuvinkkejä sisustuslehtiin ja sisustusbloggaajille. Esimerkiksi lehtimainoksista voisi maksaa siinä vaiheessa, kun mallistoa yritettäisiin saada voimakkaasti markkinoille.

9 YHTEENVETO JA POHDINTA

Opinnäytetyö oli pitkä ja opettavainen projekti. Kehityin opinnäytetyön aikana ennen kaikkea Rhinoceros-mallinnusohjelman käytössä. Suunnitteluohjelma olikin konseptitasoisen malliston suunnittelussa erittäin tärkeässä roolissa. Koenkin omaavani nyt hyvät taidot 3D-mallintamisessa ja osaan käyttää 3D-mallintamista tulevaisuudessa muotoilijan ammatillisena työvälineenä.

Käyttäjälähtöinen muotoilu toi projektiin omat haasteensa. Käyttäjälähtöisessä projektissa muotoilija on ikään kuin kuluttajien ja toimeksiantajan näkemysten ja mielipiteiden välissä. Muotoilijalla on kuitenkin myös oma mielipide, eikä omaa näkemystä voi jättää täysin huomiotta. Haasteena projektissa olikin yhdistää kuluttajien mieltämä tyyli ja tarpeet yrityksen tyylin kanssa. Lisäksi muotoilijana minun täytyi omaksua nämä tyylit ja suunnitella niiden mukaisia tuotteita. Käyttäjälähtöinen muotoilu oli kuitenkin erittäin mielenkiintoista, sillä kuluttajat päättivät mitä tuotteita suunnittelen ja mitä tyyliä tuotteiden tulee mukailla. Muotoilijalla itsellään ei siis lähtökohtaisesti ole sanavaltaa käyttäjälähtöisessä projektissa, vaan loppukäyttäjät määrittelevät hyvin paljon.

Opin myös kyselytutkimuksen käytännön toteutuksesta ja vastausten analysoinnista. Havaitsin projektin myötä, että asiakkaita saattaa olla haastavaa motivoida vastaamaan kyselyihin tai äänestyksiin, mikä luokan haasteita käyttäjälähtöiseen projektiin kokonaisuudessaan. Tulevaisuudessa tämän kaltaisen projektin toteuttaisinkin kuluttajista kootun pienemmän ryhmän kanssa. Tällöin ideointi voisi tapahtua yhdessä kuluttajaryhmän kanssa, esimerkiksi tapaamisen yhteydessä. Näin mielipiteet ja ajatukset saataisiin rekisteröityä paljon nopeammin. Tapaamiseen lupautuneilla kuluttajilla olisi myös varmasti halu ja motivaatio jakaa omia mielipiteitään yrityksen kanssa.

Malliston suunnittelu oli itselleni suhteellisen uutta. Ennen opinnäytetyötä olin suunnitellut vain yhden mallistokonseptin. Mallistossa tuotteet eivät saisi olla liian samanlaisia, vaan niiden tulisi olla selkeästi yksilöitä. Tärkeää kuitenkin on, että malliston tuotteiden välillä on yhtenäinen tyyli ja muotokieli. Tällöin tuotteet ovat tunnistettavissa mallistoksi. Malliston suunnittelu oli todella mielenkiintoista, sillä se sisälsi monta eri tuotetta. Jokaisessa tuotteessa on omat haasteensa ja esi-

merkiksi mitoitukset tulee ottaa jokaisessa kalusteessa tai sisustustuotteessa eri tavalla huomioon. Aiempiin projekteihin verrattuna täytyi siis keskittyä useamman tuotteen suunnitteluun samanaikaisesti. Lisäksi betoni loi materiaalina omat rajoitteensa suunnittelulle ja tuotteiden täytyi olla valmistuskelpoisia. Opinnäytetyössä suunnittelemani mallisto on kylläkin vasta konsepti, ja esimerkiksi mitoitukset tai valmistukseen liittyvät seikat ovat vielä muutettavissa.

Projektin alussa asetetut tavoitteet toteutuivat mielestäni hyvin. Tavoitteenani oli luoda yhteneväistä muotokieltä puhuva kodin piensisustustuotemallisto. Malliston tuli viestiä niin yrityksen kuin heidän asiakkaidensa tyyliä. Selvitin asiakasryhmän tyyliä, mieltymyksiä ja tarpeita kyselytutkimuksen avulla ja pyrin vastaamaan niihin suunnittelemani tuotemallistolla. Rento Design piti erittäin paljon lopullisesta mallistosta. Äänestyksestä ja kuluttajien kommentteista voi päätellä, että lopullinen mallisto miellytti myös heitä.

Henkilökohtaisena sivutavoitteenani oli keksiä betonille uusia käyttötarkoituksia, ja suunnitella siitä uudenlaisia mielenkiintoisia käyttöesineitä. Mielestäni onnistuin suunnittelemaan betonista mielenkiintoisia ja erilaisia käyttöesineitä, verrattuna markkinoilla jo oleviin betonituotteisiin. Lisäksi onnistuin mielestäni mallintamaan tuoteideat hyvin tietokoneella ja renderoimaan tuotteista kuvat, joista tuotteen muoto ja yksityiskohdan välittyvät katsojalle.

Projekti eteni aikataulun mukaisesti ja toimeksiantaja oli projektiin tyytyväinen. Rento Designin mielestä yhteistyömme oli vaivatonta ja mieluista. Heidän mielestään tunnen yrityksen ja heidän tyyliä hyvin. Lisäksi yhteiset tyylilliset mieltymyksemme kohtaavat. Toimeksiantajan oli helppo valita ideoista mielenkiintoisimmat ja toimivimmat tuotteet. Toimeksiantajan mielestä otin hyvin ehdotuksia vastaan ja muokkailin tuotteita niiden mukaisesti. Viisto-mallistosta tuli yrityksen mielestä erityisen tyylikäs. Toimeksiantajan mielestä lopullinen mallisto on erittäin toteuttamiskelpoinen ja sen tuotantoon ottaminen otetaan vakavasti harkintaan. Toimeksiantajan mielestä opinnäytetyön tarkoitus ja tavoitteet toteutuivat kiitettävästi, ja yhteistyö sujui niin ikään kiitettävästi. Koko prosessi suunnittelusta Facebook-nostoihin onnistui Rento Designin mielestä hyvin. Itsekin olen kokonaisuudessaan tyytyväinen opinnäytetyöhön, suunnitteluprosessiin ja lopulliseen mallistoon.

LÄHTEET

- Betoniteollisuus ry. Ei päiväystä. Betoni on modernia ja muotoilevaa. [Verkkosivusto]. Elementtisuunnittelu. [Viitattu 16.2.2016]. Saatavana: <http://www.elementtisuunnittelu.fi/fi/valmisosarakentaminen/ymparistoominaisuudet/esteettisyys>
- Eilen tein. 2013. Betonia osa: 2. [Blogikirjoitus]. Eilen tein. [Viitattu 17.2.2016]. Saatavana: <http://www.eilentein.com/2013/08/betonia-osa-2.html>
- Facebook. Ei päiväystä. Tietoa Facebookista. [Verkkosivusto]. Facebook. [Viitattu 20.2.2016]. Saatavana: <https://www.facebook.com/facebook>
- Florian Schmid. 2016. Stitching Concrete -stools. [Verkkosivusto]. Stitching Concrete. [Viitattu 16.2.2016]. Saatavana: http://www.florian-schmid.com/stitching_concrete.html
- Huotari, P. & Laitakari-Svärd, I. & Laakko, J. & Koskinen, I. 2003. Käyttäjakeskeinen tuotesuunnittelu: Käyttäjätiedon keruu, mallintaminen ja arviointi. Saarijärvi: Gummerus Kirjapaino Oy.
- Iittala. Alvar Aalto -kokoelma. [Verkkosivusto]. [Viitattu 10.3.2016]. Saatavana: <https://store.iittala.fi/Brandit/iittala/Alvar-Aalto-kokoelma/c/Alvar-Aalto-kokoelma>
- Jutta K. 2014. Betoni - Materiaali-ideat osa 1. [Blogikirjoitus]. Oblik. [Viitattu 16.2.2016]. Saatavana: <http://www.oblik.fi/2014/09/betoni-materiaali-ideat-osa-1.html>
- Jysk. Ei päiväystä. Vann-jakkara. [Verkkosivusto]. JYSK Oy. [Viitattu 15.2.2016]. Saatavana: <http://jysk.fi/puutarha/puutarhatarvikkeet/muut/jakkara-vann-o37xk40cm>
- Kannisto, A. 2013. Pienen vaatetusalan yrityksen markkinointikeinot: Case: American Perez. [Verkkojulkaisu]. Helsinki: Metropolia Ammattikorkeakoulu. Liiketalouden koulutusohjelma. Opinnäytetyö. [Viitattu 11.4.2016]. Saatavana: <https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/56777/Anna%20Kannisto.pdf?sequence=1>
- Kettula, K. 2011. Kuluttaja-asiakastutkimus Globe Hope Oy:lle: Asiakastyytyväisyystutkimus. [Verkkojulkaisu]. Helsinki: Metropolia Ammattikorkeakoulu. Vaatetusalan koulutusohjelma. Opinnäytetyö. [Viitattu 15.2.2016]. Saatavana: <https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/38516/ONT%20Kirsi%20Kettula%202011.pdf?sequence=1>

- Kuusisto, S. 2015. Betonituote Rento Design Oy:lle. [Yhteistyöprojekti]. Seinäjoki: Seinäjoen Ammattikorkeakoulu. Liiketalous ja kulttuuri, Muotoilun koulutusohjelma. Yritysyhteistyöprojekti. [Viitattu 16.2.2016].
- Kärnä-Behm, J. 2011. Sisustuskirja: Tutkimuksellisia avauksia. Helsinki: Unigrafia Oy.
- Mäki, S. 2013. Lohas-kuluttajaryhmän merkitys markkinoinnissa kasvaa myös Suomessa. [Verkkolehtiartikkeli]. Ekonomilehti 01:2013. [Viitattu 15.2.2016]. Saatavana: <http://www.ekonomilehti.fi/lohas-on-muhiva-mahdollisuus-markkinoinnissa/>
- Nilsson, M. & Arvidsson, C. 2013. Sisusta betonilla. Forma Books AB.
- Pientä kivaa. 2014. Hernekeittoa ja pitsiä. [Blogikirjoitus]. Pientä kivaa. [Viitattu 19.2.2016]. Saatavana: <http://pientakivaa.blogspot.fi/2014/01/hernekeittoa-ja-pitsia.html>
- Pixabay. 2016. [Verkkosivusto]. Pixabay. [Viitattu 24.2.2016]. Saatavana: <https://pixabay.com/fi/>
- Rakentaja. 2012. Kuitubetonilla lisää lujuutta. [Verkkoartikkeli]. Rakentaja. [Viitattu 20.2.2016]. Saatavana: http://www.rakentaja.fi/artikkelit/9060/kuitubetonilla_lisaa_lujuutta.htm#.Uxr994VFGi0
- Rento Design. 2013. [Verkkosivusto]. Rento Design Oy. [Viitattu 15.2.2016]. Saatavana: <http://www.rentodesign.fi/>
- Savaloja, E. 2015. Materiaaliopas: betoni. [Verkkosivusto]. Avotakka. [Viitattu 16.2.2016]. Saatavana: <http://www.avotakka.fi/jutut/materiaaliopas-betoni>
- Sisustusbetoni. 2016. Betoni. [Verkkosivusto]. Sisustusbetoni Oy. [Viitattu 29.2.2016]. Saatavana: <http://sisustusbetoni.fi/tekniikka/>
- Skote, M. 2006. Betoni: Hauska harrastus. Bokförlaget Prisma.
- Vehkalahti, K. 2014. Kyselytutkimuksen mittarit ja menetelmät. Oy Finn Lectura Ab.
- Verhe, C. 2015. Sirosti betonista – Kuitubetonipöytä. [Verkkojulkaisu]. Helsinki: Aalto-yliopisto. Muotoilun laitos, kalustesuunnittelun maisteriohjelma. Taiteen maisterin opinnäytetyö. [Viitattu 17.2.2016]. Saatavana: <https://aaltodoc.aalto.fi/handle/123456789/18076>

Zacke, S. & Hedengren, S. 2011. Betonia ja kirppislöytöjä. Tukholma: Bokförlaget Semic.

LIITTEET

Liite 1. Aikataulu

Liite 2. Asiakaskysely

Liite 3. Planssit

Liite 4. Lopullisen malliston projektiot ja mitoitukset

LIITE 1. Aikataulu

AIKATAULU:	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18
Aloitusseminaari	■														
Väliseminaari								■							
Loppuseminaari															■
Toimeksiantajan tapaaminen		■		■				■	■			■			
Asiakaskysely			■	■											
Aineiston purku ja analysointi					■	■									
Tiedonhankinta		■	■	■	■	■	■								
Suunnitteluprosessi						■	■	■	■	■	■	■			
Ideointi						■									
Suunnittelu							■	■	■	■					
3D-mallintaminen						■	■	■	■	■					
Konseptointi										■					
Kaksi valmista mallistokonseptia											■				
Facebook-äänestys/ malliston valinta											■				
Jatkosuunnittelu/ viimeistely												■			
Malliston markkinoinnin suunnittelu												■			
Valmiit 3D-kuvat										■	■	■			
Raportin kirjoittaminen		■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Valmis työ!													■		
Pohdinta ja yhteenveto													■		
Lähteet ja liitteet		■	■	■	■	■	■	■	■	■	■				

LIITE 2. Asiakaskysely

Asiakaskysely

Opiskelen Seinäjoen Ammattikorkeakoulussa teollista kalustemuotoilua ja suunnittelen opinnäytetyössäni betonisen kaluste- ja sisustustuotemalliston Rento Designille. Tämän kyselyn tavoitteena on kartoittaa Rento Designin asiakkaiden tarpeita ja mieltymyksiä. Hyödynnän tämän kyselyn tuloksia malliston suunnittelussa.

Kiitos jo etukäteen vastauksistanne!

1. Sukupuoli *

- Nainen
 Mies

2. Ikä *

- Alle 18
 19-25
 26-30
 31-40
 41-50
 51-60
 61-70
 Yli 70

3. Mikä seuraavista olet? *

- Työssäkäyvä
 Työtön
 Opiskelija
 Eläkeläinen

4. Asumismuoto *

- Kerrostalo
 Rivitalo
 Omakotitalo
 Paritalo

5. Missä kaupungissa asut?

6. Mistä yleensä ostat sisustustuotteita? *

- Huonekalukaupoista
 Sisustusliikkeistä
 Verkkokaupoista
 Marketeista
 Kirpputoreilta tai huutokaupoista
 Ulkomailta
 Jostain muualta, mistä?

8. Mistä haet inspiraatiota sisustamiseen? *

(Valitse enintään kolme)

- Yritysten nettisivuilta
 Nettikaupoista
 Blogeista
 Sisustuslehdistä
 Messuilta
 Televisiosta
 Jostain muualta, mistä?

9. Mitä kautta olet alun perin tutustunut Rento Designiin? *

- Liike, Hämeenlinna
 Nettisivut
 Facebook
 Blogi
 Jälleenmyyjä
 Messut tai jokin muu tapahtuma
 Kaverin kautta

10. Mitä kautta olet ostanut Rento Designin tuotteita? *

(Voit valita useamman vaihtoehdon)

- Liike, Hämeenlinna
 Nettikauppa
 Jälleenmyyjä
 Messut tai jokin muu tapahtuma
 En ole ostanut

11. Onko mielessäsi jokin tärkeä tuote, joka puuttuu Rento Designin tuotevalikoimasta?

12. Mitkä seuraavista tuotteista Sinua kiinnostaisi betonista valmistettuna? *

(Valitse viisi)

- Vaasi
 Ruukku
 Kynttilänjalka
 Tuikkukuppi
 Kello
 Magneetit
 Koristekulho
 Tarjoiluastia
 Koriste-esine
 Halkoteline
 Lehtiteline
 Jakkara
 Naulakko
 Pikkupöytä
 Joku muu, mikä?

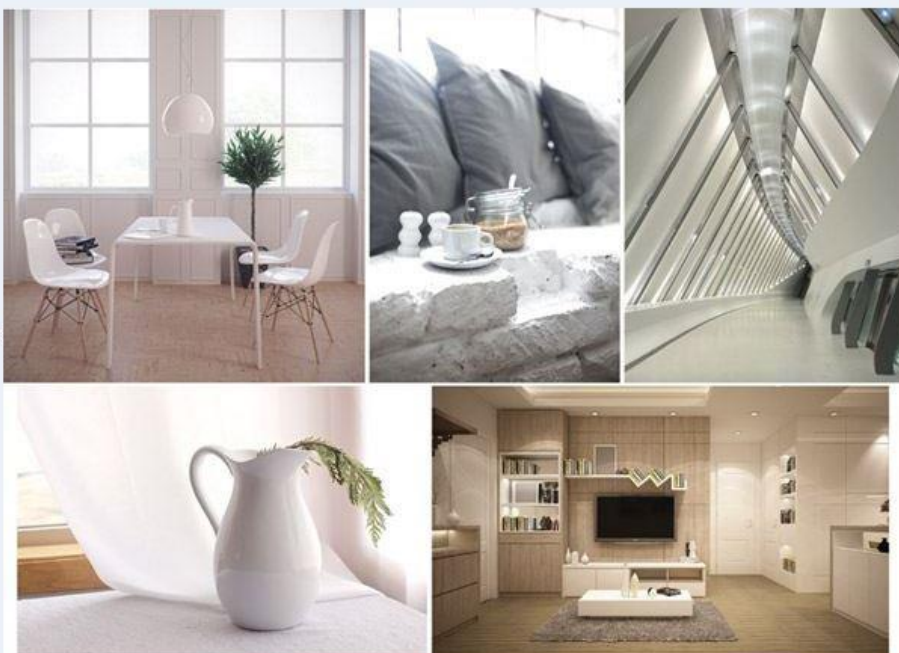
13. Mitkä seuraavista sanakokonaisuuksista kuvaavat sisustustyyliäsi? *

(Valitse enintään kaksi)

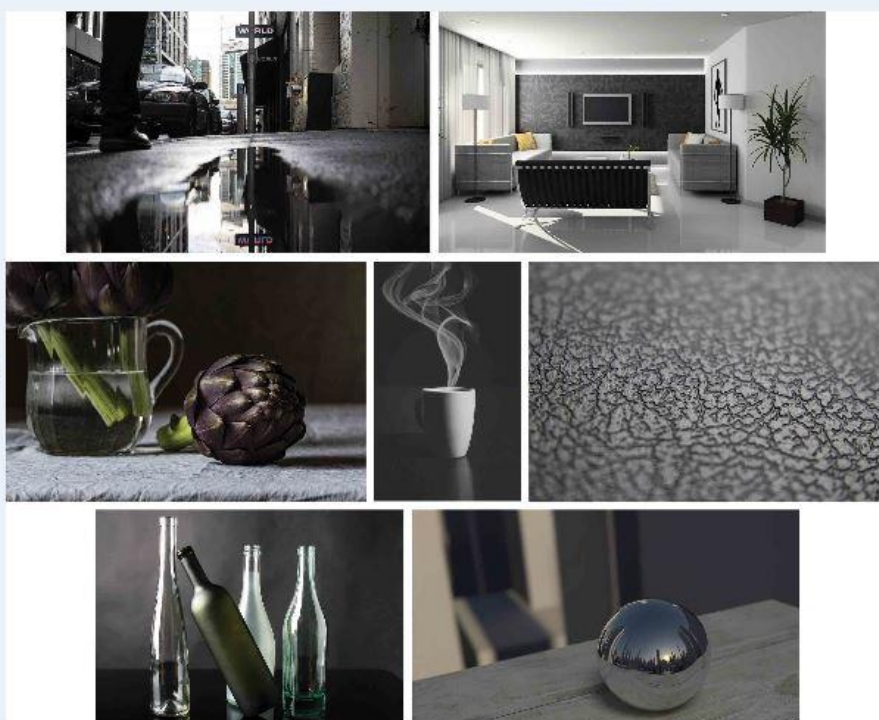
- Boheemi, kierrätys, maanläheinen
- Industrial, rouhea, uniikki
- Klassinen, ajaton, design
- Moderni, geometrinen, selkeä
- Mustavalkoinen
- Romanttinen, koristeellinen, runsas
- Värikäs

14. Mikä seuraavista kuvakollaaseista miellyttää Sinua tyyllisesti eniten? *

Tyyli 1.



Tyyli 2.



Tyyli 4.



15. Mikäli haluat osallistua Rento Designin tuotteen arvontaan, jätä tähän yhteystietosi!

Lähetä

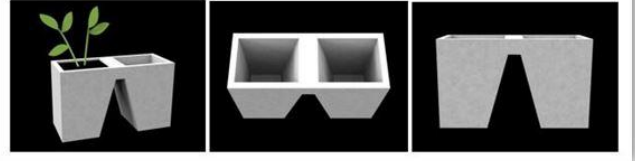
LIITE 3. Planssit

” VIISTO ”

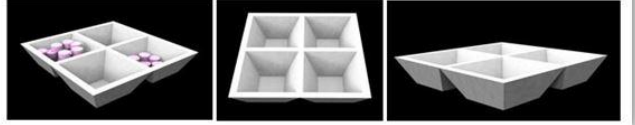
BETONINEN KALUSTE- JA SISUSTUSTUOTEMALLISTO



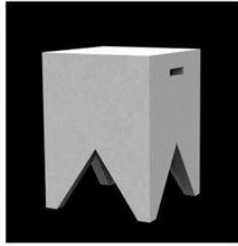
Ruukku / vaasi



Tarjoiluastia



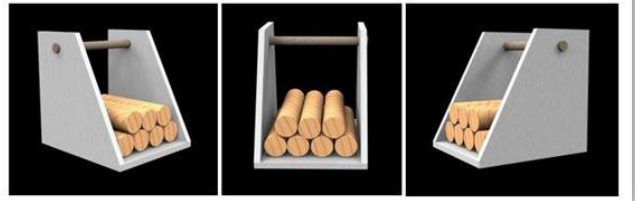
Jakkara



Pikkupöytä



Halko-/ lehtiteline



SATU KUUSISTO

” SIRO ”

BETONINEN KALUSTE- JA SISUSTUSTUOTEMALLISTO



Ruukku / vaasi



Tarjoiluastia



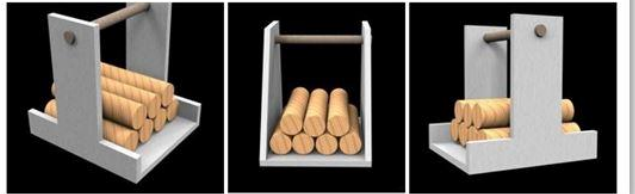
Jakkara



Pikkupöytä



Halko-/ lehtiteline



SATU KUUSISTO