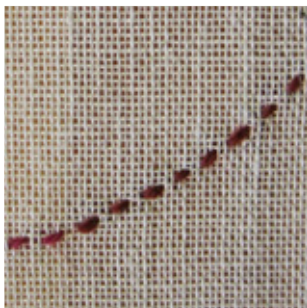
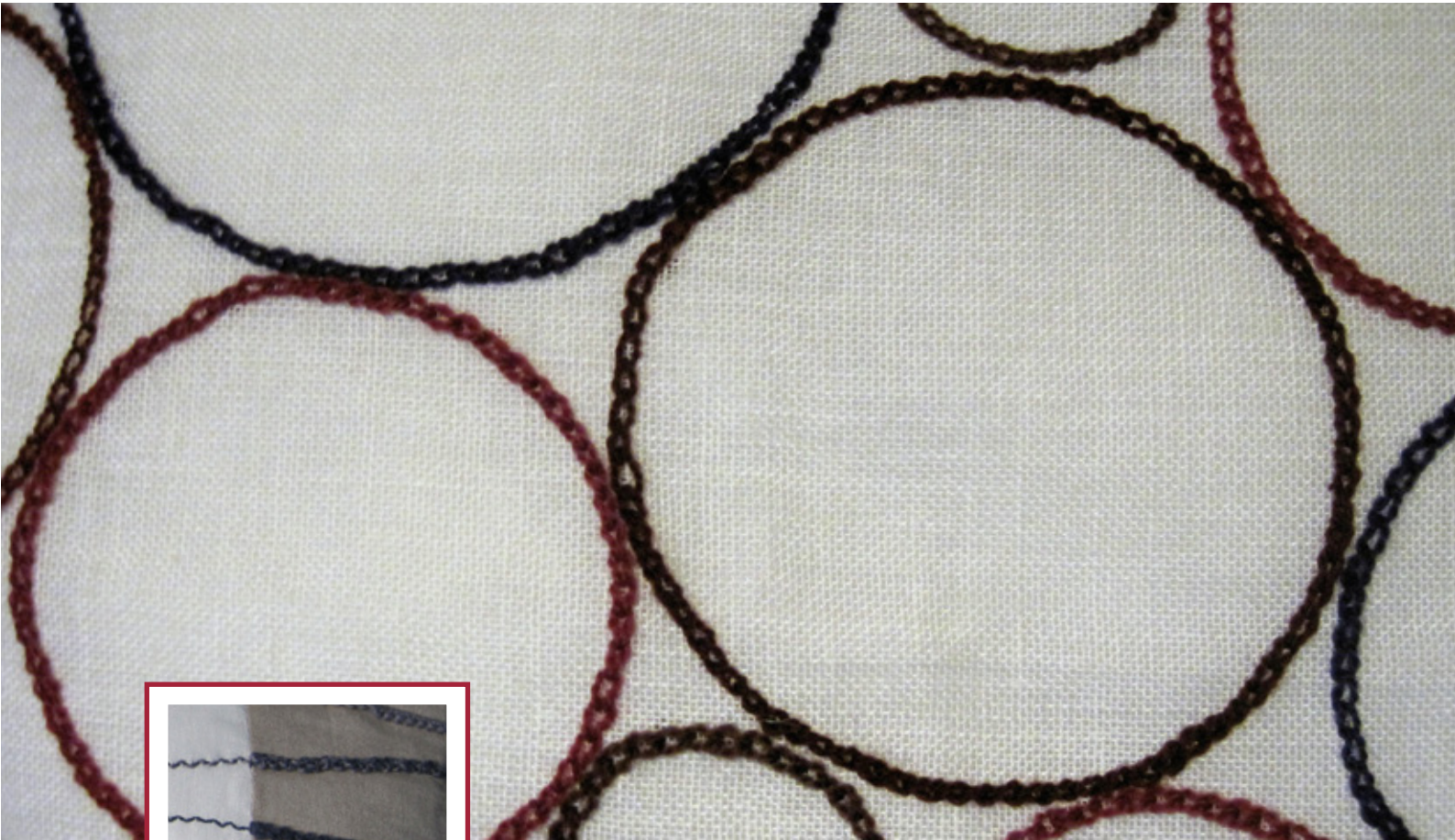


2010-luvun sisustustyyny käsityötarvikepakkausten muotoilu ja markkinointistrategioita

Tee-se-itse-sisustustyynypakkaukset 'Kuplat' ja 'Letit' Helmi Vuorelma Oy:lle



Satu-Maarit Itäpää
Opinnäytetyö, Muotoilun YAMK
Design Business ja muotoilun tutkimus
Muotoilu- ja taideinstituutti
LAHDEN AMMATTIKORKEAKOULU 2009

Satu-Maarit Itäpää 2009

**2010- LUVUN
SISUSTUSTYÖNYKÄSITYÖTARVIKE-
PAKKAUSTEN MUOTOILU JA
MARKKINOINTISTRATEGIOITA**

**Tee-se-itse-sisustustyönpakkaukset
'Kuplat' ja 'Letit' Helmi Vuorelma Oy:lle**

Juhanille, Akselille, Topiakselle ja kohdussani kasvavalle pienokaiselle.

Lasteni hoitajille, jotka jaksoitte pitää hyvää huolta lapsistani luentojeni ja seminaarieni ajan.

Noora Jokiselle, joka toimi korvaamattomana teknisenä apunani.

Opettajilleni ja ohjaajilleni.

Kiitokset teille kaikille kärsivällisyydestänne, avustanne, ystävällisyydestänne ja kannustuksestanne!

LAHDEN AMMATTIKORKEAKOULU
Muotoilu- ja taideinstituutti

Koulutusohjelma Muotoilun koulutusohjelma Design Business ja muotoilun tutkimus	Julkaisun laji ja kieli Opinnäytetyö, ylempi ammattikorkeakoulututkinto, suomi
Tekijä Satu-Maarit Itäpää	Ohjaajat Päivi-Maria Jaatinen, Ari Känkänen
Ajankohta Marraskuu 2009	Sivumäärät 110 s.+ 17
Työn otsikko 2010-luvun sisustustyyny käsityötarvikepakkausten muotoilu ja markkinointistrategioita. Tee-se-itse-sisustustyynypakkaukset 'Kuplat' ja 'Letit' Helmi Vuorelma Oy:lle.	
Tiivistelmä <p>Opinnäytteessäni analysoin kuluttajien vastauksia toteuttamaani kuluttajatutkimukseen, joka pohjautui kyselyyn uudenlaisesta sisustustyynyihin perustuvasta käsityötarvikepakkauskonseptista. Kuluttajatutkimuksessa esiintyneiden tuotekehitysideoiden ja lahtelaisen Helmi Vuorelma Oy:n toiveiden pohjalta suunnitelin kaksi uudenlaista sisustustyynyihin painottuvaa käsityötarvikepakkausta, 'Kuplat' ja 'Letit' Helmi Vuorelma Oy:lle. Opinnäytteeni sisältää näiden käsityötarvikepakkausten suunnittelun prosessikuvauksen. Lisäksi pohdin tässä opinnäytteessäni suomalaisten käsityötarvikepakkausten markkinointistrategioita ja annan oman panokseni myös markkinoinnin kehittämiseksi paremmin nykypäivän kuluttajan tarpeita vastaaviksi. Oma ammatillinen taustani on käsityötaidon opetuksen ja vapaan tekstiilitaiteen kentällä.</p> <p>Perinteisesti käsityötarvikepakkausina myytävissä sisustustyynyissä käsityöntekijä koristelee ja valmistaa käsin kirjottavan sisustustyynyn päällisen tarvikepakkauksessa olevin kankain ja materiaalein tarvikepakkaukseen sisältyvän mallisuunnitelman ja ohjeistuksen mukaisesti. Kyseessä on siis käsityötuote, joka myydään tee-se-itse-tarvikepakkauksena. Kirjottavat kuvat ovat Suomessa pohjautuneet pitkälti luontoaiheisiin.</p> <p>Kuluttajatutkimukseni vastauksista päätellen tämän päivän kuluttaja haluaisi muutosta käsityötarvikepakkausten kuviomaailmaan, valmistustekniikoihin ja valmistusmateriaaleihin. 'Kuplat' - ja 'Letit' -konsepteissa pyrin muotoilemaan käsityötarvikepakkauksen kuluttajien toiveiden mukaiseksi minulle annetuin raamein.</p>	
Aineisto Kirjallinen työ, käsityötarvikepakkaukset	
Asiasanat Sisustustyyny käsityötarvikepakkaus, käsityötarvikepakkaus, tee-se-itse, tekstiilisuunnittelu, muotoilu, kuluttajatutkimus, sisustussuunnittelu, sisustustyyny, markkinointistrategia, tulevaisuuden hyvinvointituote.	
Säilytyspaikka Muotoilun koulutusohjelma, Muotoiluinstituutti, LAMK	

LAHTI UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES
Institute of Design and Fine Arts

<p>Degree Programme MA Design Business and Research</p>	<p>Type of Publication and Language MA Thesis, Finnish</p>
<p>Author Satu-Maarit Itäpää</p>	<p>Supervisors Päivi-Maria Jaatinen, Ari Känkänen</p>
<p>Date November 2009</p>	<p>Pages 110 p. + 17</p>
<p>Title The Design and Marketing Strategies of Cushion Kits for the 2010 Decade. Do-it-yourself Cushion Kits 'Kuplat' and 'Letit' for Helmi Vuorelma Ltd.</p>	
<p>Abstract</p> <p>In this MA thesis I will analyse consumers answers' to the research I made regarding the possible new styles of cushion kits in the future. Working with the results I got from the consumer research I created two new interior cushion concepts and kits: 'Kuplat' and 'Letit' for the Finnish Helmi Vuorelma Ltd. This thesis publication includes the whole design process of those kits. In this thesis I also develop the possible marketing strategy for cushion kits in the future. My background as a professional is in design teaching and textile art.</p> <p>Traditionally do-it-yourself cushion kits have included instructions for handmade embroidery which the customer will then execute. Cushion kit is a DIY handcraft product. The embroidery design has often consisted of ornaments which have been visually based on the elements of Finnish nature.</p> <p>From the results of the consumer research I was able to conclude that consumers wanted changes to the designs of the cushion kits, techniques and materials. In the kits 'Kuplat' and 'Letit' I tried to fill the wishes of the consumers.</p>	
<p>Components MA Thesis Publication, Cushion Kits</p>	
<p>Key Words Cushion kit, material kit, DIY, textile design, consumer research, interior design, interior cushion, marketing strategy, well-being product</p>	
<p>Depository Design Programme, Institute of Design, Lahti University of Applied Sciences</p>	

SISÄLLYS

TIIVISTELMÄ

1 JOHDANTO	9
2 SUOMEN KÄSITYÖN YSTÄVÄT SUOMALAIKANSALLISTEN KÄSITYÖOHJEIDEN JA KÄSITYÖTARVIKEPAKKAUSTEN EDELLÄKÄVIÖINÄ	12
3 KÄSILLÄ TEKEMINEN IHMISEN HYVINVOINNIN TUKIJANA	15
4 SISUSTUSTYÜNYIHIN PAINOTTUVAT KÄSITYÖTARVIKEPAKKAUKSET JA NIIDEN TARJONTA SUOMESSA VUONNA 2009	19
5 KÄSITYÖTARVIKEPAKKAUSTEN KILPAILIJAT	25
5.1 Tämän päivän valmistavarana myytävä sisustustyynytarjonta	25
5.2 Muut vapaa-ajan viettotavat	26
6 MILLAINEN KULUTTAJA OSTAA TEE-SE-ITSE - KÄSITYÖTARVIKEPAKKAUKSEN ?	27
7 AJATUKSIANI TULEVAISUUDEN SISUSTUSTYÜNYIHIN PAINOTTUVAN KÄSITYÖTARVIKEPAKKAUKSEN SUUNNITTELUN POHJALLE	28
8 KYSELY UNELMIEN KÄSITYÖTARVIKEPAKKAUKSESTA JA KULUTTAJIEN SISUSTUSTYÜYLEISTÄ	33
9 FIKTIIVISET KÄSITYÖTARVIKEPAKKAUSTEN KULUTTAJAPERSONAT	37
9.1 Maalaisromanttinen Katariina	37
9.2 Minimalistinen Anne	37

9.3 Metropoliitti Riikka	38
9.4 Boheemi Lilli	38
9.5 Kierrättäjä Minna	39
9.6 Aistillinen Saara	40
9.7 Koristeellinen Niina	40
10 MITÄ TÄMÄN PÄIVÄN KULUTTAJA HALUAA KÄSITYÖTARVIKEPAKKAUKSILTA?	41
10.1 Miksi kuluttaja ostaa /ostaisi käsityötarvikepakkauksen?	41
10.2 Mistä kuluttaja mieluiten ostaa käsityötarvikepakkauksensa?	43
10.3 Miksi käsityötarvikepakkaus jää toteuttajaltaan keskeneräiseksi?	45
10.4 Millaisia toiveita kuluttajalla on käsityötarvikepakkauksen suhteen?	46
11 MITÄ TÄMÄN PÄIVÄN KULUTTAJA HALUAA TEE-SE-ITSE SISUSTUSTYUNYKONSEPTILTA?	47
11.1 Kyselyni vastaajien toiveet sisustustyynykonseptille	47
11.2 Maalaisromanttisen sisustustyylin edustajien esittämät toiveet sisustustyynykonseptille	48
11.3 Minimalistisen sisustustyylin edustajien esittämät toiveet sisustustyynykonseptille	48
11.4 Kierrättäjähenkisen sisustustyylin edustajien esittämät toiveet sisustustyynykonseptille	50
11.5 Metropoliittisen sisustustyylin edustajien esittämät toiveet sisustustyynykonseptille	51
11.6 Boheemin sisustustyylin edustajien esittämät toiveet sisustustyynykonseptille.	51
11.7 Koristeellisen sisustustyylin edustajien esittämät toiveet sisustustyynykonseptille	52
11.8 Aistillisen sisustustyylin edustajien esittämät toiveet sisustustyynykonseptille	52

12 HELMI VUORELMA OY JA KÄSITYÖTARVIKEPAKKAUKSET	53
12.1 Helmi Vuorelma Oy:n historia ja brändi	53
12.2 Kuluttajien mielleyhtymiä Helmi Vuorelma Oy:sta	54
12.3 Helmi Vuorelma Oy:n toiveet käsityötarvikepakkaukselle	55
13 MINIMALISTISEEN SISUSTUKSEEN SUUNNITELLUN TEE-SE-ITSE -TYYNYKONSEPTIN LÄHTÖKOHDAT JA HAASTEET	59
13.1 Suunnittelun lähtökohdat	59
13.2 Sisällön ja tyylin haasteet	63
14 ”BRAINSTORM” -POHJALTA TEHDYT TEE-SE-ITSE - TYYNYKONSEPTIN PROTOTYYPIT MINIMALISTISEEN SISUSTUKSEEN	64
14.1 Saippuakuplat	64
14.2 Pylväät	67
14.3 Letit	69
14.4 Kumpareet	71
14.5 Yhdessä	73
14.6 Olio	75
14.7 Helmi Vuorelma Oy:n kommentit ensimmäisistä prototyypeistäni	76
14.8 Opiskeluryhmäni kommentteja ensimmäisistä prototyypeistäni	78
15 TEE-SE-ITSE -TYYNYKONSEPTIEN ENSIMMÄISET PROTOTYYPPI SARJAT	79
15.1 Kuplat -tyynykonseptin ensimmäinen prototyypisarja	79
15.2 Letit -tyynykonseptin ensimmäinen prototyypisarja	82
15.3 Suunnittelemani käsityötarvikepakkausten hankinta- ja palvelupolku	85

15.4 Helmi Vuorelma Oy:n kommentit ensimmäisistä Kuplat - ja Letit -prototyypisarjoistani ja niiden elinkaaren kahdeksasta palvelukohtaamisesta	88
16 TEE-SE-ITSE TYINYKONSEPTIT KUPLAT JA LETIT	89
16.1 Kuplat -tyynykonseptin toinen prototyypisarja	89
16.2 Tyynykonsepti Kuplat	91
16.3 Letit -tyynykonseptin toinen prototyypisarja	94
16.4 Tyynykonsepti Letit	95
17 VISIOITA SISUSTUSTYINYIHIN PAINOTTUVAN KÄSITYÖTARVIKEPAKKAUKSEN MARKKINOINTIIN JA JATKOKEHITTELYYN	98
18 YHTEENVETO	100
LÄHTEET	
KUVALUETTELO	
LIITTEET	

1 JOHDANTO

” Ihminen pyrkii tekemään sellaista, minkä kokee tärkeäksi.”¹

Pohtiessani omaa identiteettiäni muotoilijana, kallistuu sydämeni opettajuuden puolelle. Koen vahvasti olevani omilla käsillä tekemisen taidon ilosanoman välittäjä. Edellisissä ammateissani kansalaisopiston kädentaitojen opettajana ja peruskoulun käsityönopettajana olen saanut elää kerta toisensa jälkeen muotoilun huippuhetkiä. Oli valmistettava tuote itse suunniteltu tai valmiista mallista kopioitu, oppilaideni riemu ja henkisen hyvinvoinnin lisääntyminen on lähes käsin kosketeltavaa. Vuosien myötä olenkin havainnut, että käsityön valmistaminen on prosessina tekijälleen hyvin palkitsevaa. Monille tekijöille lopputuloksena syntyvä tuote ei ole puoleksikaan niin tärkeää kuin tekemisen prosessi. On voimaannuttavaa huomata kuinka teknologistuvassa ja yhä kiireisemmäksi käyvässä yhteiskunnassamme vielä löytyy ihmisiä, joilla on halua ja aikaa pysähtyä hetkeksi tehdäkseen jotain näkyvää tuotosta omin käsin.

Kun elämä on syystä tai toisesta muuttunut kiireiseksi, ei luovan työn tekeminen tunnu monestakaan ihmisestä varteenotettavalta ajatukselta. Luovuus tarvitsee aikaa, tyhjentymistä ja jopa laiskuutta. Luovuus tarvitsee uskallusta hypätä tuntemattomaan ja uskallusta tehdä virheitä. Luovuus tarvitsee myös tekniikoiden ja välineiden tuntemusta. Moni käsityöntekijä tuntee uskalluksen puutetta itsenäiseen tuotteiden suunnitteluun. Puutteellinen piirustustaito, taiteellisen ja esteettisen käsitetiedon hataruus sekä mielikuvien ja mielikuvitusmaailman vähäinen prosessointi estävät käsityöntekijää ryhtymästä omien tuotteiden suunnitteluprosessiin. Pelko epäonnistumisesta ja nolatuksi tulemisesta ahdistaa. Omiin taitoihin ei yksinkertaisesti luoteta. Tähän saumaan valmiiksi suunnitellut käsityötarvikepakkaukset ohjeliitteineen ovat tervetulleita.

Suoraan mallista käsityön valmistaminen ei tue tekijänsä luovuutta, mutta mallioppiminen valmiiksi suunniteltujen ja ohjeistettujen

¹ Ruohomäki, 2000, 12

käsityötarvikepakkausten kautta on hyvä lähtökohta oman luovuuden kehittymiselle. Kasvatustieteen tohtori Seija Kojonkoski-Rännälin mukaan ns. ositettu käsityö, jossa käsityötuote toteutetaan valmiin mallin ja ohjeistuksen mukaisesti, on myös tärkeä mahdollisuus tekijänsä itsensä kehittämiseen. Sillä ositettunakin käsityön tekeminen edellyttää tuotteen teknisten ja funktionaalisten ongelmien ratkaisutaitoa, työväline- ja materiaalituntemusta sekä valmistustekniikan hallintaa. Tekijän ja tuotteen välinen prosessi on tärkeää ositetussakin käsityössä.²

Tässä opinnäytetyössäni vastaan omalta osaltani kysymykseen, tarvitaanko 2010-luvulla enää käsityötarvikepakkauksia vai onko käsityöprosessi muuttunut ihmisen kehitykselle ja hyvinvoinnille tarpeettomaksi teollistumisen myötä. Ovatko ositettu käsityö ja käsityötarvikepakkausten markkinointi tulleet tiensä päähän? Voisiko käsityötarvikepakkausten markkinointia kohdentaa uudelleen markkinointikanavain uusille kuluttajaryhmille? Voisivatko käsityötarvikepakkaukset muodostua jopa tulevaisuuden hyvinvointituotteiksi?

Pohdintani ja visiointini ohella olen suunnitellut Helmi Vuorelma Oy:lle heidän sponsoroimistaan pellavakankaista ja villalangoista kaksi sohvan, sängyn tai tuolin päälle aseteltavaa sisustustyyny käsityötarvikepakkausta. Suunnittelemani sisustustyynykonseptit pyrkivät osittain vastaamaan visioihini tämän päivän kuluttajan tarpeista ja toiveista. Suunnittelemani tee-se-itse –sisustustyynykonseptit, nimeltään Kuplat ja Letit, ovat minulle ensimmäiset produktiot, jotka olen suunnitellut toimeksiannon pohjalta yritysmaailman tarpeisiin.

Omien tulevaisuuden sisustustyynyihin painottuvien käsityötarvikepakkausvisioideni lisäksi olen selvittänyt tämän päivän kuluttajien käsityötarvikepakkausten tarpeita laatimani kyselyn ja seitsemän erilaisen sisustuskuvakollaasin eli moodboardin avulla. Kyselyni ohella, omaa suunnittelutyötäni helpottaakseni, loin moodboardeissani esiintyville kuluttajaryhmille fiktiiviset persoonat. Tämä personointi toimi luovuuteni työvälineenä käsityötarvikepakkausten designin ja markkinoinnin suunnitteluprosessissani.

² Kojonkoski-Rännäli 1995, 94

Kyselyni tein syksyllä 2008 Oulun kansalaisopistolla, Kempeleen kansalaisopistolla, Lahden Wellamo-opistolla, kahdessa Lahden seurakuntien perhekerhossa ja muutamalla ystävälläni. Kyselyyni sain 105 vastausta, joista 88 vastaajaa olivat iältään tavoittelemaani ikäluokkaa 20-50 -vuotta. Kaikki vastaajat olivat suomenkielisiä suomalaisia naisia.

Sivuan opinnäytetyössäni lyhyesti myös käsityötarvikepakkausten historiaa. Sillä uskon, että innovoidakseen ja luodakseen uutta muotoilijan on tunnettava myös kehittälemänsä tuotteen historiaa ja niitä syvempiä vaikutuksia, joita historia peilaa ja toistaa. Historian kautta minun on helpompi tarkastella visioitani ja kuluttajien esittämiä sisustustyynyihin painottuvan käsityötarvikepakkauksen tuotekehitysideoita sekä niiden uusia markkinointistrategioita.

Toivon opinnäytetyöni antavan muotoilijoille ja käsityötarvikepakkauksia markkinoiville yrityksille tietoa tulevaisuuden käsityötarvikepakkausten suunnittelua ja markkinointia varten. Käsityötarvikepakkausten muotoilijoiden tulee tietää mikä asiakasta käsityötarvikepakkauksissa ja niiden hankinnassa viehättää ja toisaalta millä tekijöillä ei vastaajien mukaan ole juurikaan merkitystä. Muotoilijan tulee myös tuntea asiakkaan sisustuksellinen tyyli, jotta hänen muotoilemansa tuote olisi tyyliltään asiakkaan kodin sisustukseen soveltuva. Tuotteen muotoilun lisäksi muotoilijan ja käsityötarvikepakkauksia markkinoivan yrityksen on osattava katsoa käsityöpakkausten markkinointia ja siihen sisältyvää palvelumuotoilua laajalla sektorilla nykypäivän asiakkaiden tarpeet ja toiveet huomioiden.

Haaveeni on, että visioni uudenaikaisista käsityötarvikepakkauksista ja niiden markkinointistrategioista saisi vielä tulevienkin vuosikymmenten ajan monet käsitöistä innostuneet ja käsitöistä vieraantuneet ihmiset löytämään itseltään halun ja taidon tehdä käsityötuote omin käsin.

2 SUOMEN KÄSITYÖN YSTÄVÄT SUOMALAISKANSALLISTEN KÄSITYÖOHJEIDEN JA KÄSITYÖTARVIKEPAKKAUSTEN EDELLÄKÄVIJÖINÄ

*” Perinne voi olla myös häkki, josta emme pääse vapaaksi, samalla kun se on lähde, josta pulppuaa uutta käyttövoimaa.”*³

Ensimmäisten suomalaisten käyttöteksteihin painottuvien ohjeistettujen käsityötarvikepakkausten tarkoitus oli edistää ja jalostaa suomalaisten käsityöharrastajien ja -tekijöiden käyttämät käsitöiden kuviointimallit isänmaallisempaan ja taiteellisempaan suuntaan. Valmiiksi suunnitellut mallit toimivat harrastajille esimerkkeinä hyvästä suunnittelusta ja harjaannuttivat toteuttajansa silmää oikeaoppisten muotojen ja värien käyttöön. Käsityömallien ja -ohjeiden tarkoitus oli muokata hienovaraisesti rahvaan tyylijatua kohti kansallistietoisuutta sekä puhtasoppista suomalaisuutta. Ensimmäiset käsityötarvikepakkaukset toi markkinoille Suomen Käsityön Ystävät, SKY, jonka tavoite oli luoda selkeä ja kansainvälisesti painottunut oma suomalainen tyyli, jonka haluttiin tuovan vastapainoa ajan kansainvälisille muotivirtauksille. SKY:ssä käsityömallien kopiointia ei nähty luovan toiminnan vastakohtana, vaan lainatut mallit koettiin välineenä rahvaan makukasvatuksessa.⁴

Ensimmäiset 1800-luvun lopussa markkinoille tulleet SKY:n käsityömallit olivat kopioita karjalaisista ja länsisuomalaisista perinne-käsistöistä ja niiden geometrisista ornamenteista.⁵ 1900-luvun alusta aina tähän päivään asti SKY:lle ryijy- ja kirjontatyökäsityötarvikepakkausten kuviomalleja ovat suunnitelleet suomalaiset ammattitaiteilijat, arkkitehdit ja taidekäsityöläiset, jolloin malleihin on saatu taiteilijan omasta luovuudesta kumpuava suomalainen tyyli.⁶ Alkukauden nimekkäimpinä suunnittelijoina mainittakoon Eliel Saarinen, Akseli Gallen-Kallela, Helene Schjerbeck, Hugo Simberg ja Albert Edelfelt. Heidän muotokielenä ja kuvioaiheensa kuten liekit ja spiraalit

³ Frank 1991, 12

⁴ Sarajas-Korte 1989, 186-199

⁵ Priha 1999

⁶ Vihma 2008, 106-123

sekä suomalaiskansalliset kasviaiheet ovat antaneet käsityötarvikepakka-
uksien kuvioille suunnan, joka on jatkunut lähes katkeamattomana tähän
päivään saakka.⁷ (Kuvat 1 ja 2)



Kuva 1. Suomen Käsityön Ystävien käsityöpakkausina myytäviä sisustustyynyjä.⁸

⁷ Priha 1999

⁸ Suomen Käsityön Ystävät 2008



Tähtipolku, musta ja valkoinen 50x50 cm
Design, Sirkka Kändönen 2001
tarvikkeina 98 €, valmiina 310 €

Heiniä 40x40 cm
Design, Rut Bryk
1940-luku
tarvikkeina 95 €, valmiina 310 €

Lintu sininen 40x40 cm
Design, Rut Bryk
1940-luku
tarvikkeina 95 €, valmiina 310 €

Kettu, sininen ja valkoinen 40x40 cm
Design, Sirkka Kändönen 2002
tarvikkeina 98 €, valmiina 310 €

Lapin laumat 40x40 cm
Design, Tino Sarpaneva 1950-luku
tarvikkeina 95 €, valmiina 310 €

Tuulivaissi, musta ja valkoinen 40x40 cm
Design, Norma Holmola 2001
tarvikkeina 95 €, valmiina 310 €

SUOMEN
KÄSITYÖN
YSTÄVÄT

Suomen Käsitöiden Ystävät Oy, Siimesen rantatie 27 A (1. krs.)
00500 Helsinki Puh. (09) 612 6050, sky@kasityonystavat.fi

www.kasityonystavat.fi

Kuva 2. Suomen Käsitöiden Ystävien käsityöpakkauksina myytäviä sisustustyynyjä.⁹

⁹ Suomen Käsitöiden Ystävät 2008

3 KÄSILLÄ TEKEMINEN IHMISEN HYVINVOINNIN TUKIJANA

”Kädet ovat ihmisen ensimmäiset ja herkimät työkalut.”¹⁰

Tänä päivänä käsityömallien ja käsityötarvikepakkausten tarve on mielestäni toisenlainen kuin Suomen Käsityön Ystävien ja muiden suomalaisten käsityötalojen perustamisen aikoihin. Mallien suomalaisuuden ja ammattilaisten silmin tasokkaan väri, muoto- ja kuviomaailman välittäminen on edelleen globaalissa maailmassamme tärkeää, mutta tänä päivänä käsityötarvikepakkauksilla on myös tehtävänä opettaa käsitöistä vieraantuneille ihmisille käsityötekniikoita ja saada ihmiset käsitöiden pariin. Ennen kutakuinkin jokainen nainen osasi tekstiilikäsityön perustaidot kirjonnasta ompeluun ja kankaankudonnasta virkkaukseen. Nykyään ompelutaidon ja tekstiilikäsityötaidot hallitsevat hyvin vain asialle omistautuneet ammattilaiset ja harrastajat. Esimerkiksi monet perinteiset lankatekniikoihin perustuvat käsityötekniikat, kuten solmeilut ovat nyky-yhteiskunnassa lähes unohtuneet. Ompelukonettakaan eivät monet nykypäivän aikuiset osaa enää käyttää.

Kasvatustieteen tohtori Seija Kojonkoski-Rännälin mukaan käsitöiden tekeminen on vähentynyt viimeisten vuosikymmenten aikana. Käsityötaitojen hallinta on menettänyt merkitystään teknologiaan painottuvassa yhteiskunnassamme. Käsityöopetus nähdään monesti vanhanaikaisena ja tarpeettomana, sillä käsityö merkitsee palkkatyöyhteiskunnassamme nykyään vain pienen marginaalisen ryhmän ammattia. Erilaisten vapaa-ajan käyttömahdollisuuksien kasvaessa käsityö merkitsee myös yhä pienenevän ryhmän harrastusta. Nykypäivän Suomessa käsityön tekemisellä ei ole myöskään varsinaisen esinetarpeen tyydyttämisen tarvetta. Käsityön harrastaminen on jäänyt mielihyvähajaiseksi itsensä toteuttamisen keinoksi. Nykyään voidaankin puhua käsityön merkityksen muuttumisesta ja jopa käsityön syrjäytymiskehityksestä.¹¹

Käsityötieteen professori, kasvatustieteen tohtori Sinikka Pölläsen ja kasvatustieteen tohtori Tarja Krögerin mukaan käsitöiden tekeminen voi kuitenkin parhaimmillaan olla yleisen harrastamisen ohessa tekemistä, joka

¹⁰ Frank 1991, 30

¹¹ Kojonkoski-Rännäli 1995

lisää tekijänsä taloudellista, fyysistä, sosiaalista ja psyykkistä hyvinvointia sekä elämänhallintaa, auttaen ihmistä työskentelyn ohessa rauhoittumaan sekä pohtimaan omaa identiteettiään ja paikkaansa maailmassamme.¹² Omin käsin tekeminen merkitsee monelle ihmiselle voimaantumisen kautta tapahtuvaa terapeutista rentoutumismuotoa.

Kojonkoski-Rännälin mukaan käsityön tekeminen mahdollistaa yksilön, yhteiskunnan ja luonnon välisen yhteyden. Käsityössä materiaallinen elämys sekä kriittinen ja kokemuksellinen tietämys kohtaavat.¹³ Olen itsekin havainnut, että monille tekijöille lopputuloksena syntyvä visuaalisesti kaunis tuote ei ole puoleksikaan niin tärkeää kuin käsityön tekemisen prosessi sekä tekemisen kautta opitut taidot ja uudet kokemukset sekä oivallukset. Vaikkakin visuaalisesti kaunis ja toimiva tuote on upea palkinto myös, etenkin tekijän saadessa positiivista palautetta ulkopuoliselta taholta, jolloin käsityöprosessissa syntynyt sisäinen onni muuttuu terveeksi ylpeydeksi onnistuneesta produktista.

Ns. ositettu käsityö, joissa käsityötuote toteutetaan valmiin mallin mukaisesti, kuten käsityötarvikepakkauksissa on ollut tapana, tarjoaa myös mahdollisuuden tekijänsä itsensä kehittämiseen. Sillä ositetunakin käsityön tekeminen edellyttää Kojonkoski-Rännälin mukaan tuotteen teknisten ja funktionaalisten ongelmien ratkaisutaitoa, työväline- ja materiaalituntemusta sekä valmistustekniikan hallintaa. Tekijän ja tuotteen välinen prosessi on siis tärkeää myös ositetussa käsityössä.¹⁴

Tekijän oma luovuus kehittyy myös ositetussa käsityössä. Ositetussakin käsityössä käsityöntekijä voi kokea flow -tilan eli positiivisen muusta maailmasta irtautumisen kokemuksen. Käsitöitä tehdessä on tyypillistä uppoutua tehtävään intensiivisesti keskittyen, jolloin ajantaju ja ympäröivä maailma tuntuvat katoavan. Psykologi Mihály Csíkszentmihályin mukaan Flow -tilaan liittyy tunne tilanteen hallinnasta ja rohkeudesta olla flow -hetkellä aidosti oma itsensä. Flow -hetki voimaannuttaa ihmistä hyvin paljon.

¹² Pöllänen; Kröger 2000

¹³ Kojonkoski-Rännäli 1995, 121

¹⁴ Kojonkoski-Rännäli 1995, 94

Optimaalisessa Flow -tilassa käsityöntekijän toiminta, tietoisuus sekä tavoitteet vastaavat toisiaan ja ne integroituvat yhdeksi luovuutta sekä henkistä hyvinvointia ruokkivaksi kokonaisuudeksi. Flow -tila syntyy kun käsityöntekijän taidot vastaavat käsityön valmistamisen hänelle asettamia haasteita.

15

Omissa opetustilanteissani olen huomannut, että erityisiä onnistumisen elämyksiä käsityöprosessi suo tekijälleen etenkin silloin, kun hän on itsenäisesti tai ohjauksessani uskaltanut muokata käsityömallia enemmän mieleisempään vaihtamalla valmiiseen malliin esimerkiksi itselleen tyypillisimmät värit ja sävyt tai uskaltanut ryhtyä soveltamaan omia yksilöllisiä omaan itsenäiseen suunnitteluun pohjautuvia malleja tai tuotteita. Parasta ihmisen luovuuden ja ongelmanratkaisun kehittymiselle mielestäni olisikin, jos valmiit käsityön valmistamisen ohjeet eivät olisi yksipuolisia yhden tekniikan, työtavan ja mallipiirroksen ohjeistavia vaan ohjaisivat tekijää variaation mahdollisuuteen. Sama ohje tarjoaisi mahdollisuuden käsityötúotteen tekoon niin ensikertalaiselle kuin kokeneemmallekin käsitöiden tekijälle.

Pöllänen ja Krögerin mukaan käsityön tekeminen kasvattaa tekijänsä luovuutta kokemuksellisen tekemällä oppimisen kautta. Se tukee tekijänsä kykyä oman toimintansa suunnitteluun ja aktiivisuutta tavoitteiden saavuttamiseksi. Käsitöiden tekeminen kasvattaa epävarmuuden sietokykyä ja taitoa ratkaista ongelmia. Käsitöiden tekemisen kautta tekijä voi saada itse-tuntoa kasvattavia onnistumisen elämyksiä.¹⁶ Uskon myös taidekäsityön uranuurtajan Markku Kososen lailla ajatukseen, että omakohtainen tekeminen opettaa tekijälleen kokemuksen kautta taidon, jossa uuden asian synnyttäminen pohjautuu edellisen tekemiseen. Rutiinien kautta syntyvä tieto on sekä taidollista että kokemuksellista.¹⁷ Onnistuneen käsityötarvikepakkausten ohjeet tarjoaisivat mielestäni parhaimmillaan myös mahdollisuuden käsityöntekijän omaan reflektioon.

Pöllänen mukaan molempien käsien käyttäminen aktivoi aivotoimintaa. Hän tulkitseekin, että käsitöitä tehdessään ihminen hoitaa itseään. Käsityön

¹⁵ Csíkszentmihályi 2005

¹⁶ Pöllänen; Kröger 2000

¹⁷ Kosonen 1981, 13

valmistaminen voikin parhaimmillaan toimia hyvinvoinnin lähteenä tekijän omista tiedostamattomista tai tiedostetuista tavoitteista lähtien. Se voi ilme-tä hyödyllisyyden tunteena ja mielenrauhana sekä erilaisten elämän haas-tavien tilanteiden käsittelykeinona ja sopeutumisprosessin edistäjänä. Käsi-työ voi olla itsehoidollinen hyvinvoinnin lähde, jolla yksilö saavuttaa henki-sen tasapainon.¹⁸ Pöllänen ja Kröger ovat myös todenneet, että omin käsin tuotteita tekemällä tekijä oppii myös arvostamaan käsillä tehtävää työtä, niin omaansa kuin toistenkin ja kuin huomaamattaan hän oppii myös arvi-oimaan omaan työskentelyprosessiaan tietoisesti.¹⁹

Käsitöiden tekemiseen liittyy usein myös sosiaalinen vuorovaikutus ja yh-teisöllisyyden sekä ykseyden tunteminen toisten käsityöntekijöiden kanssa. Käsityöharrastus voikin olla apuna yksinäisyyden voittamisessa. Monille käsityön harrastajaryhmissä käyville, syystä tai toisesta syrjäytyneille ihmi-sille, käsityöryhmän kokoontumiset voivat olla viikoittain ainoa sosiaalinen tilanne, jossa voi tuntea vahvan ryhmään kuulumisen tunteen ja jossa vie-ressä istuvan ihmisen kanssa on aikaa keskustella käsitöiden lomassa kai-kessa rauhassa.

Käsillä tekemisen tarve ja tekemiseen perustuvan taidon kehittäminen on mielestäni nykyäänkin aivan yhtä tärkeää ihmisen henkiselle ja fyysiselle terveydelle kuin se on ollut aina alkuihmisistä asti. Käsityötarvikepakkaus-ten tarkoitus 2010-luvulla on mielestäni auttaa ihmisiä saamaan jotain nä-kyvää aikaan omilla käsillään sekä löytämään suomalaiset juurensa tässä yhdistyneessä maailmassamme. Käsityönä valmistetusta tuotteesta ihmi-nen saa itselleen syvemmän elämyksen kuin ostamalla vastaavan tuotteen valmiina kaupasta. Hyvällä muotoilulla ja oikeanlaisella markkinoinnilla kä-sityötarvikepakkauksista voi muotoutua tulevaisuuden hyvinvointituotteita.

¹⁸ Pöllänen 2008

¹⁹ Pöllänen; Kröger 2000

4 SISUSTUSTYNYIHIN PAINOTTUVAT KÄSITYÖTARVIKEPAKKAUKSET JA NIIDEN TARJONTA SUOMESSA VUONNA 2009

” Kun tuotetta muotoillaan uudestaan, tulee ottaa huomioon, että kuluttajat tunnistavat sen samaksi tuotteeksi, josta he niin pitivät ja onnistuneesti käyttivät aikaisemmin. Muotoilun tulee sisältää viitteitä edeltäviin tuotteisiin.”²⁰

Vuonna 2009 tunnetuimpia suomalaisia käsityötarviketaloja, joiden myyntiartikkeleihin sisustustyyny käsityötarvikepakkaukset kuuluivat, olivat Suomen Käsityön Ystävät, Pirkanmaan Kotityö Oy, Helmi Vuorelma Oy ja Wetterhoff Oy. Näiden lisäksi Suomessa käsityötarvikepakkauksia myi muun muassa Käsityöatalo Atelje Margaretha, jonka designmallit pohjautuvat kansainvälisiin lisenssimalleihin kuten Disney -hahmoihin.

Perinteisesti tee-se-itse sisustustyynyjä on voinut ostaa joko yrityksen omasta verkkokaupasta tai yrityksen omasta kansallisromanttiseen savupirttimäiseen tyyliin sisustetusta käsityömyymälästä. Suomalaisten käsityötarviketalojen käsityötarvikepakkauksia mainostetaan ja kaupataan silloin tällöin myös suomalaisissa käsityöharrastelehdissä. Sisustustyynytarvikepakkausten hinnat vaihtelivat käsityötarviketalojen kesken 16 €:sta 98 €:on. Hintaan vaikuttivat käsityötarvikepakkauksen sisältö, käsityötarvikepakkauksen materiaalien laatu ja määrä sekä käsityötarvikepakkausta myyvän yrityksen brändi ja tavoitteleva voitto.

Suomalaisten käsityötarviketalojen käsityötarvikepakkausten mallit ovat olleet viime vuosien ajan keskenään hyvin samanlaisia, lukuun ottamatta Atelje Margarethan myymiä malleja. Ammattilaisenakin minun on ollut vaikeaa yhdistää käsityötarvikepakkauksen mallia tiettyyn käsityötarviketaloon. Kullakin käsityötarviketalolla on omat suunnittelijansa, mutta suunnitelmien poikkeavuus näkyy hienovaraisesti vain kuvioden ornamenttikassa eli suunnittelijan kädenjäljessä, ei niinkään selkeänä profiloitumisena johonkin tiettyyn tyyliin, muotokieleeseen, käsityötekniikkaan, materiaaleihin tai markkinointistrategioihin. Sisustustyynyjen

²⁰ Kettunen 2001, 16

mallit toistavat käsityötarviketalojen kesken samoja käsin valmistettavia kirjonta-tekniikoita ja samaa kuviomaailmaa, joka pohjautuu suomalaiskansalliseen mytologiaan, kasvistoon ja eläimistöön sekä jugend ja Art Nouveau – henkisiin kuvioihin. Koristelutekniikoina lähes jokaisen suomalaisen käsityötarviketalon tee-se-itse -tyynypakkauksissa käytetään erilaisia käsin valmistettavia kirjontapistoja. Käsityötarvikepakkauksina myytävien sisustustyynyjen materiaalit ovat useimmiten yksiväristä mustaa tai valkoista villa- tai pellavakangasta, joita kirjotaan villalangoin tai puuvillaisin muliinilangoin. Tyynyt ovat lähes poikkeuksetta pintaraken-teeltaan kaksiulotteisia 40 cm x 40 cm -kokoisia neliöitä.

Muutaman viime vuoden aikana tyynypakkausten mallit ovat kuitenkin läheneet hienoisesti eriytymään ja osa käsityötarviketaloista on uskaltanut kokeilemaan käsityötarvikepakkauksissaan myös uusia käsityön valmistus-tekniikoita ja materiaaleja. Mielestäni tulevaisuudessa käsityötarviketalojen olisikin hyvä eriyttää omaa tarjontaansa suhteessa kilpailijoihin. Uskon, että käsityötarvikepakkausten ostajia riittäisi selkeästi profiloituneille nykyisestä tarjonnasta poikkeavillekin käsityötarviketaloille, jotka uskaltaisivat poiketa perinteen valtavirrasta sekä tyynyjensä designilla että niiden markkinointiympäristöllä ja -tavoilla.

1.1.2009 Suomen Käsityön Ystävillä oli verkkokaupassaan myynnissä 32 kpl sisustustyynytarvikepakkausta. Kaikki heidän pakkauksensa perustuivat yksivärisen kankaan käsin valmistettavaan kirjontaan designerin mallin mukaiseksi. (Katso luku 2. kuvat 1 ja 2) Verkkokaupan ohella SKY:n käsityötarvikepakkausiin voi tutustua Helsingissä Kiseleffin talossa olevassa showroom myymälässä.²¹

Pirkanmaan Kotityö Oy:llä oli verkkokaupassaan 11.4.2009 myynnissä 27 kpl sisustustyynytarvikepakkausta. Yksivärisen kankaan käsin valmistettavan kirjonnin ohella (Kuva 3) heidän tyynymalleissaan oli myös käytetty helmivirkkausta. Syksyllä 2009 Pirkanmaan Kotityöltä on ilmestynyt kolme uutta tee-se-itse –sisustustyynypakkausta, joissa tekniikkana on käsin ommeltava applikointi ja materiaalina merinohuopa. (Kuva 4.) Heidänkin käsityötarvikepakkausten valmistus pohjautui designerin mallin kopiointiin.

²¹ Suomen Käsityön Ystävät, yrityksen verkkosivut 2009, [online]

Itäpää, Satu-Maarit 2009. 2010-luvun sisustustyyny käsityötarvikepakkausten muotoilu ja markkinointi-strategioita. Tee-se-itse-sisustustyynypakkaukset 'Kuplat' ja 'Letit' Helmi Vuorelma Oy:lle.



Kuva: Satu Itäpää 2009

Kuva 3. Pirkanmaan Kotityö Oy:n käsityötarvikepakkausina myytäviä sisustustyynyjä Taito Shop Pirkanmaan Kotityö Oy:n myymälässä Tampereella.



Kuva: Satu Itäpää 2009

Kuva 4. Pirkanmaan Kotityö Oy:n käsityötarvikepakkausina myytäviä sisustustyynyjä Verkarannan Pirkanmaan Kotityö Oy:n myymälässä Tampereella.

Pirkanmaan Kotityön käsityötarvikepakkauksiin voi verkkokaupan ohella tutustua Pirkanmaan Kotityö Oy:n myymälässä Tampereen Taito Shopissa tai Verkarannassa.²² Käsityömateriaalien ja tarvikepakkausten myynnin ohella Pirkanmaan Kotityö Oy on organisoinut useita sisustus- ja käyttö-tekstiilien suunnittelukilpailuja yhdessä Suuren Käsityölehden, Kotiliesi-lehden ja Tampereen Messujen kanssa.

Helmi Vuorelma Oy:llä oli verkkokaupassaan 11.4.2009 myynnissä 42 kpl sisustustyynytarvikepakkausta. Heidänkin kaikki tarvikepakkaukset perustuivat yksivärisen kankaan käsin valmistettavaan kirjontaan designerin mallin mukaiseksi. Helmi Vuorelma Oy:n käsityötarvikepakkauksia on saatavilla verkkokaupan ohella Vuorelman myymälästä Lahdesta.²³ (Kuva 5.)



Kuva: Satu Itäpää 2009

Kuva 5. Helmi Vuorelma Oy:n käsityötarvikepakkauksina myytäviä sisustustyynyjä Helmi Vuorelma Oy:n myymälässä Lahdessa.

²² Pirkanmaan Kotityö Oy, yrityksen verkkisivut 2009, [online]

²³ Helmi Vuorelma Oy, yrityksen verkkisivut 2009, [online]

Wetterhoff Oy:lla oli verkkokaupassaan 11.4.2009 myynnissä 12 kpl sisustustyyny-käsityötarvikepakkausta. Nämä 12 sisustustyynyä kuuluivat Jenny Saarenmaan suunnittelemaan Woolfix – leikkaa ja ompele –tyynysarjaan. Woolfix –tyynysarjan materiaalina on 100 % villahuopa. Selkein ero Woolfix –tyynysarjassa suhteessa muiden käsityöalojen tarjontaan on se, ettei Woolfix -tyynysarjassa kirjota käsin kuvioita, vaan halutut kuviot leikataan mattoveitsellä huopaan ja ommellaan runoiltaan kiinni ompelukoneella. Woolfix –tyynysarjaa voi ostaa verkkokaupan ohella Wetterhoffin myymälästä Hämeenlinnasta.²⁴ (Kuva 6.)



Kuva: Satu Itäpää 2009

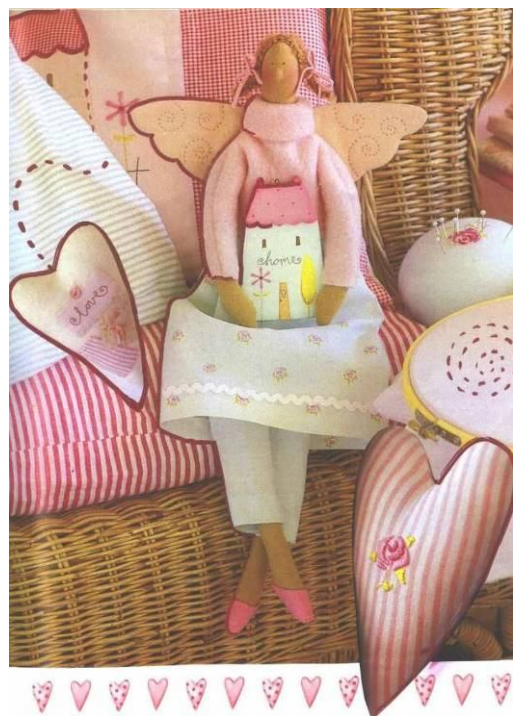
Kuva 6. Wetterhoff Oy:n käsityötarvikepakkauksina myytäviä woolfix –sisustustyynyjä Wetterhoff Oyn myymälässä Hämeenlinnassa.

Atelje Margarethan (AM) verkkokaupassa oli 11.4.2009 myynnissä 75 kpl sisustustyynytarvikepakkausta. Kahta neulomiseen painottuvaa sisustustyynytarvikepakkausta lukuun ottamatta, heidänkin kaikki tarvikepakkauksensa perustuivat yksivärisen kankaan käsin valmistettavaan kirjontaan

²⁴ Wetterhoff Oy, yrityksen verkkosivut 2009, [online]

designerin mallin mukaiseksi. Heidän malleissaan on paljon perinteisiä keskieurooppalaisia ja amerikkalaisia naivistisia malleja kuten lapsi-, eläin ja luontoaiheisia malleja. AM lähestyy asiakkaitaan säännöllisesti sähköpostitse tarjouskirjeiden kera sekä postitse kirjontakatalogillaan.²⁵

2008 –luvun käsityötarvikepakkausten uutta tuulta edustaa norjalaisen Tonne Finnangerin lanseeraama lapsenomainen, naivistinen, söpöilevä Tilda-konsepti, joka on saanut sijansa myös suomalaisten käsityöharrastajien keskuudessa. Brändätty Tilda-konsepti sisältää ohjeita ja materiaaleja pastellivärisiin tyynyihin ja peittoihin, enkeli-, tonttu- ja eläinhahmoihin ja säilyttimeihin.²⁶ Internetissä toimii useita Tilda-addikteiksi itseään kutsuvien harrastajien ylläpitämiä blogeja, joissa tildailuun innostuneet naiset esittelevät tuotteitaan sekä vaihtavat kuulumisiaan ja valmiita tuotteitaan. Konseptissa on huomioitu hyvin käsitöiden yhteisöllinen ja ryhmäyttävä vaikutus sekä ”collect them all” -idea.²⁷ (Kuva 7.)



Kuvakollaasi: Satu Itäpää 2009

Kuva 7. Kollaasi Tilda – konseptista.

²⁵ Atelje Margaretha, yrityksen verkkosivut 2009, [online]

²⁶ Finnanger 2008

²⁷ Tilda-addiktien verkkosivuja 2009, [online]

5 KÄSITYÖTARVIKEPAKKAUSTEN KILPAILIJAT

*"Never before in human history have consumers faced so many products.... Or so many choices."*²⁸

5.1 Tämän päivän valmistavarana myytävä sisustustyynytarjonta

Nykypäivänä valmistavarana saa kaupoista lähes mitä vain. Valmiita sisustustyynyjäkin löytyy halpakaupoista, tavarataloista, marketeista, sisustuliikkeistä, käsityömyymälöistä ja huonekaluliikkeistä. Halvempia tyynyjä saa kotiin muutamalla eurolla ja kalleimpia voidaan pitää jo sijoituskohteina. Yleisimmin kaupoissa näkee puuvillaisia printtikankaasta ommeltuja tyynyjä sekä efektikankaista ommeltuja tyynyjä. Nämä tyynyt ovat yleensä suhteellisen edullisia, koska niiden tuotantomenetelmät ovat nopeita, monistettavia ja edullisia. Näiden tyynyjen hintavaihtelut pohjautuvat lähinnä yrityksen tavoittelemiin voittoihin sekä suunnittelijan tai yrityksen brändin nimellä ratastamiseen. Printti- ja efektikankaasta valmistetut tyynyt ovat usein vesipestäviä ja näin ollen monen kuluttajan mielestä helppohoitoisia. Tunnetuimpina suomalaisessa omistuksessa olevia efekti- ja printtikankaisia tyynyjä valmistavina yrityksinä mainittakoon Marimekko ja Vallila Interior. Lisäksi Suomesta löytyy muutamia taidekäsityöläisiä ja nettimyymälöitä kuten Anne Salenius Design²⁹, Kipikude Ay³⁰ ja Klo Design Oy³¹, joilla on mallistossaan omaan designiin pohjautuvia puuvillaisia kaksiulotteisia printtikangastyynyjä.

Painettuihin kankaisiin ja efektikankaisiin pohjautuvien tyynyjen lisäksi kaupoissa on saatavilla mm. eri tavoin kirjontakoneella kirjottuja tyynyjä, käsin kirjottuja tyynyjä, tilkkutöinä valmistettuja kaksi- ja kolmiulotteisia tyynyjä, kuosiin kudottuja tyynyjä, huovasta valmistettuja tyynyjä, neulottuja tyynyjä ja nahkasta sekä turkiksesta valmistettuja tyynyjä. Näissä tyynyissä tyynyn

²⁸ Waters 2008, 34

²⁹ Anne Salenius Design, yrityksen verkkisivut 2009, [online]

³⁰ Kipikude Ay, yrityksen verkkisivut 2009, [online]

³¹ Klo Design Oy, yrityksen verkkisivut 2009, [online]

valmistaja on käyttänyt jo selkeästi enemmän aikaa tuotteen valmistamiseen. Tämän vuoksi nämä tuotteet ovat yleensä printti- ja efektkankaasta valmistettuja tyynyjä kalliimpia. Omia suomalaisia sisustustyynysuosikkeja ni ovat mm. Anne Kyyrö Quinnin kolmiulotteiset huopatyynyt³², Johanna Gullichsenin kuosiin kudotut kuubi-tyynyt³³ sekä GOF Livingin lampaan turkispaloista valmistetut suklaapalatyynyt³⁴. Suosikkityynyissani suomalainen eleetön muotoilu, ajaton tyylikkyys, luonnollinen värimaailma, pintarakenteen rosoisuus ja ilmeikkyyt sekä tyynyn materiaalien ja työstölaatu muodostavat yhdessä minua koskettavan liiton.

Vaikka kaupoista löytyy valmiita sisustustyynyjä jokaiselle tyylille, on tarvikepakkauksina myytävillä tyynyillä siitä huolimatta tärkeä sijansa. Valmiina ostetusta sisustustyynystä jää väistämättä pois omin käsin tekemisen riemu ja kokemus. Tyynyn omakohtainen valmistusprosessi tuo tyynylle merkityksellistä lisäarvoa. Itse valmistetut sisustustyynyt ovat uniikkeja käsityöteoksia, joihin käsityöntekijä luo vahvan tunnesiteen. Tee-se-itse -tyynyt ovat valmistuuntyynyjä persoonallisempia, etenkin jos käsityöntekijä voi itse vaikuttaa tuotteen ulkonäköön, väreihin, kuvioihin, muotoon, kokoon, materiaaleihin jne. Käsityötarvikepakkausten tyynyjen materiaalit ovat usein myös valmistuuntyynyjen ja kangaskauppojen materiaaleja laadukkaampia.

5.2 Muut vapaa-ajan viettotavat

On olemassa myös paljon muita korvaavia ajanviettopoja, jotka kilpailevat käsityötarvikepakkausten ostamisen ja valmistamisen kanssa. Useat eri harrasteet tarjoavat vastaavanlaista rentoutusta, mielentyhjennystä, elämyksellisyyttä, tuottavuutta ja ajankulua kuin käsityön tekeminen käsityötarvikepakkauksen avulla. Myös omista tai kangaskaupan metritavarasta valmistettu lte-design on käsityötä tekevien ihmisten keskuudessa huomattava kilpailija valmiille käsityötarvikepakkaukselle. Onnistuneen käsityötarvikepakkauksen tuotteen ja markkinoinnin suunnittelussa nämä ajanvieton ja ostopäätöksen kanssa kilpailevat tekijät on oleellista huomioida,

³² Anne Kyyrö Quinn, yrityksen verkkisivut 2009, [online]

³³ Johanna Gullichsen, yrityksen verkkisivut 2009, [online]

³⁴ The Great Outfit Oy, yrityksen verkkisivut 2009, [online]

sillä myös näiden kilpailijoiden sisäistäminen antaa käsityötarvikepakkausten suunnittelulle ja markkinoinnille aivan uusia näkökulmia ja visioita.

Koska käsityötarvikepakkauksia ja käsitöitä ylipäättään tehdään yleensä oman hyvinvoinnin ja arjesta irtautumisen vuoksi, niiden hankinnan kanssa kilpailevia asioita ovat muun muassa muut hyvinvointipalvelut kuten liikunta-, retkeily- ja kosmetologipalvelut. Kilpaileviksi palveluiksi voi myös katsoa esimerkiksi elokuvat, konsertit, ravintolat, mökkeily ja veneily. Jos käsityötarvikepakkauksia taas katsoo hyvinvointituotteena, jonka ohella syntyy jokin konkreettinen tuotos, kilpailevia palveluja ovat mm. puutarhanhoito, leivonta, ruoanlaitto ja muut kädentaitoharrasteet kuten esimerkiksi puu- ja metallityöt.

Tulevaisuudessa käsityötarvikepakkauksia voisikin markkinoida samoin kuin kilpailevia palveluita. Markkinoinnissa painopiste kannattaisi siinä asettaa hyvinvointipalvelu – nimikkeen alle. Käsityöliikkeiden sijasta käsityötarvikepakkausten jälleenmyyjiksi kannattaisi harkita myös kilpaileviin, selkeästi erilaisiin, hyvinvointi- ja vapaa-ajanpalveluihin erikoistuneita myymälöitä. Tällöin asiakkaat, jotka eivät tyypillisesti asioi käsityöharrastajille suunnatuissa myymälöissä, voisivat myös löytää käsityötarvikepakkaukset.

6 MILLAINEN KULUTTAJA OSTAA TEE-SE-ITSE - KÄSITYÖTARVIKEPAKKAUKSEN?

”Nykyisin voimme ostaa suurimman osan tavaroista valmiina. Jos kuitenkin valitsee ostamisen sijaan käsityönä tekemisen vaihtoehdon, on tehnyt varsin tietoisin päätöksen.”³⁵

Omaan kokemukseni mukaan, joka pohjautuu vuosien työhön kädentaidon harrasteryhmien opettajana, käsityötarvikepakkauksen ostavat perinteisesti kolme erilaista asiakastyyppeä. Ensimmäinen heistä on ahkera käsitöiden harrastaja, jolle itsenäinen tuotesuunnittelu tuottaa päänvaivaa. Ammattilaisen suunnittelema malli antaa hänelle lupauksen omankin käsityötuotteen visuaalisesti korkeasta laadusta. Hän haluaa usein myös harjoitella

³⁵ Aydemir; Opas; Ralli; Sneck; Toivanen 2002, 5

käsityötarvikepakkauksen avulla uutta käsityötekniikkaa, jolloin hän pystyy välttämään ensimmäisessä kokeilussaankin uuden taidon pahimmat tekniset kompastuskivet. Ahkera käsitöiden harrastaja ostaa usein kymmeniä käsityötarvikepakkauksia, jotka hän lähestulkoon aina toteuttaa alusta loppuun. Hän ostaa käsityötarvikepakkauksensa ensisijaisesti käsityömyymälästä ja internetistä.

Toisen käsityötarvikepakkauksia ostavan asiakastyypin muodostavat satunnaiset harrastajat. He ostavat käsityötarvikepakkauksia messuilta heräteostoina tai harrasteryhmien yhteistilauksella internetin kautta. He eivät usko omiin suunnittelu-taitoihinsa ja haluavat useasti valmiin käsityömallin, jonka voivat toteuttaa ohjautusti jossain käsitöiden harrasteryhmässä. He haluavat usein oppia uuden käsityötekniikan käsityötarvikepakkauksen avulla. Käsityön mallin ja kuvioiden suunnitteluun tämä asiakasryhmä ei myöskään mielellään paneudu. He ovat monesti hieman hätäisiä toiminnassaan ja valmis suunnitelma säästää hyvin heidän aikaansa.

Kolmannen käsityötarvikepakkauksia ostavan asiakastyypin muodostavat asiakkaat, jotka ostavat käsityöpakkauksia lahjoiksi läheisilleen. Monesti lahjan saaja on äiti, anoppi, isoäiti, työtoveri tai ystävä. Käsityöpakkauksen avulla halutaan tarjota lahjansaajalle käsityön tekemisen tuottama onnentunne. Käsityötarvikepakkaus onkin hyvä lahja ihmiselle, jolla on jo kaikkea. Käsityön toteuttamisen tuottama elämys voi olla lahjoista parhain. Asiakastyypin, joka ostaa käsityötarvikepakkauksia lahjoiksi, asioi sekä internetin verkkokaupassa, messuilla että käsityöliikkeissä. Erityisesti tälle kuluttajaryhmälle nykyistä laajempi käsityötarvikepakkausten jälleenmyyntiverkosto olisi hyvin tärkeää.

7 AJATUKSIANI TULEVAISUUDEN SISUSTUSTYUNYIHIN PAINOTTUVAN KÄSITYÖTARVIKEPAKKAUKSEN SUUNNITTELUN POHJALLE

“ Consumers have changes. They are hyper-informed, do their own research, and have global access to information, products and an almost infinite number of choices.”³⁶

³⁶ Dziarsk 2008, 120

Mielestäni suomalaisten käsityöalojen käsityötarvikepakkaustraditio tarvitsee uudistusta. Käsityötarvikepakkaukset ovat mielestäni liian valmiiksi ajateltuja. Muodoltaan, materiaaleiltaan, tekniikoiltaan, suunnittelultaan sekä tyyliään ne ovat liian samanlaisia ja samantyyllisille kuluttajille suunniteltuja.

Käsityötarvikepakkausten tyyli on mielestäni nykyisellään liian vahvasti maalaisromanttinen, mummola- ja siirtolapuutarhahenkinen. Tyynyjen herttaisen naiivit, koristeelliset ja täyteläiset kirjonnat soveltuvat miljööseen, jossa elämä maistuu mansikkakiisseliltä ja jossa puutarhan ruusut huuhaavat niiden ihailijan tuoksullaan. Moneen nykypäivän boheemiin, hi-tech-henkiseen tai minimalistiseen kotiin ne eivät tyyllisesti sovi. Urbaanit, psykedeeliset, sarjakuvamaiset, ilmat, abstraktit ja maskuliiniset kuviot puuttuvat tyynyistä lähes täysin. Tyynyjen yksiväriset pohjakankaat ovat useasti karheaa villakangasta, joka on suunniteltu kirjottaviksi usealla eri värillä hengästyttävän täyteen. Tyynyjen värimaailma on raikas ja iloinen, mutta moneen kotiin liian kirjava. Tyynyjen valmistustekniikat ovat myös nykypäivän kuluttajalle liian työläisiä ja aikaa vieviä.

Tyynyjen kirjontojen suunnittelijoista tai tyynyä myyvistä yrityksistä ei tyynyjen ohjeliitteen yhteydessä kerrota kuin nimi. Asiakas jää vaille herkullisia tarinoita yrityksen historiasta ja tuotteen synnystä. Tuotteet, niitä myyvät yritykset ja niiden suunnittelijat eivät inhimillisty. Itse uskon, että asiakkaat kaipaavat tarinoita ja sanoja, jotka antavat tuotteelle oman historian ja raamit. Tarinat antavat tuotteille uutta arvoa ja luovat tuotteita edustavasta yrityksestä positiivisia mielikuvia. Suomalainen Kalevala Koru Oy on mielestäni onnistunut upeasti hyödyntämään markkinoinnissaan todenmukaisia ja sepitettyjä tarinoita tuotteidensa synnystä.³⁷

Tyynyjen tarvikepakkaukset ohjeineen ovat hyvin voimakkaasti suunnittelijalähtöisiä. Asiakas koetaan objektina subjektin sijaan. Hänen suorituskeeseen jää vain tyynyn kuvion mekaaninen jäljentäminen suunnittelijan kirjaaman ohjeen mukaan. Tyynyn toteuttajan omalle luovuudelle tai

³⁷ Kalevala Koru Oy, yrityksen verkkosivut 2009, [online]

ajattelulle ei ole annettu tilaa. Käsityönopeettaja ja tekstiilitaiteilija Vuokko Isaksson on kritisoinut käsityölehtien ohjeita kirjassaan *Kehrää, kehrää tyt-tönen*. Kriitikissään Isaksson kirjoittaa osuvasti:

"Käsityöohjeet on toimitettu siten, että naisille jää mahdollisimman vähän tilaa ajatella itse. Toteuttaminen on mekaanista jäljentämistä... Millainen olisi käsi-työlehti, joka tarkastelisi maailmaa tietoisesti naisnäkökulmasta? Siinä lehdessä naiset eivät ole objekteja, joiden kuvitellaan pystyvän enintään sisälukuun ja ko-piointiin. He ovat subjekteja, jotka luovat ja päättävät itse omasta kulttuuristaan."

38

Olen Isakssonin kanssa yhtä mieltä siitä, että käsityöohjeiden vaihtoehdot-tomuus ja ohjelähtöisyys on suuri harmi, mutta uskon kuitenkin, että perin-teisillekin tee-näin-ja-näin -käsityöohjeille on vielä tilausta kuluttajien kes-kuudessa. Etenkään ensimmäistä työtä valmistaessa harva tekijä uskaltau-tuu sooloilemaan ja ottamaan riskiä työn itsenäisen suunnittelun kanssa, vaan hän haluaa ohjeita noudattaen varmuuden työn onnistumisesta. Mutta maailmassa on paljon myös sellaisia kuluttajia, jotka eivät halua valmiiksi pureskeltuja ohjeita työtään helpottamaan. He ovat valmiit näkemään vai-vaa saadakseen tuotteesta täysin mieleisensä. Heillä on kuitenkin jo oltava jonkinlainen tuntuma käyttämänsä materiaalin ja tekniikan tuntemisessa. Hyvässä käsityötarvikepakkauksessa olisikin mielestäni tasoja eri tasoiselle tekijälle. Tällöin kokeneempi voisi jo sooloilla työnsä kanssa mielin määrin ja aloittelija voisi turvautua selkeisiin suunnittelijan laatimiin näitä-ohjeita-noudattaen-onnistut-varmasti -ohjeisiin. Käsityötarvikepakkauksen moni-ulotteisuus olisi mielestäni kaikin puolin inhimillistä.

Käsityötarvikepakkausten designmallit ovat tuotannossa vuodesta toiseen. Tämä on ymmärrettävää toimintaa, jos mallit myyvät hyvin. Itse uskoisin, että myös pienille tuote-erille olisi kysyntää. Monet nykypäivän kuluttajat ovat innokkaita keräilijöitä. Keräilyharvinaisuudet viedään käsistä ja pienen sarjan numeroidut tuotteet nähdään sijoituskohteina. Käsityötarvikepak-kauksissakin voisi olla keräilyharvinaisuuksia, jolloin tuotteen logomerkki si-sältäisi tarvikepakkauksen vedosluvun ja -määrän, kuten perinteisesti

grafiikkatöissä. Tällöin tuotteen hintakin voisi olla reilusti totuttua arvokkaampi, koska tuotteen harvinaisuus on jo arvo sinällään. Myös tuotteen myyntiajan pitäminen rajattuna lisäisi tuotteen haluttavuutta. Käsityötarvikepakkausissakin voisi olla Arabian kesä- ja joulumuumimukien tapaan tuotteita, jotka ovat myynnissä vain tietyn sesongin ajan, jonka jälkeen niiden tuotanto loppuu.³⁹ Tällöin käsityötarvikepakkausten suunnittelijoillakin olisi enemmän vapautta irrotteluun, koska tarkoitus ei ole suunnitella tuotetta, jonka pitää myydä vuosikymmenestä toiseen.

Käsityötarvikepakkausten tuottamat mahdolliset voitot menevät Suomessa aina samojen yrittäjien pussiin. Mielestäni tässäkin asiassa olisi kehittelemisen varaa. Voisiko tulevaisuudessa olla myös käsityötarvikepakkauksia, joiden avulla tuettaisiin esimerkiksi humanitääristä työtä tai luonnonsuojelua? Tällöinkin tuotteet voisivat olla numeroituja sarjoja, jolloin asiakkaalle jäisi arvokas muisto avustaan. Yrittäjä kantaisi vastuunsa yhteisestä maailmastamme ja saisi samalla itselleen mainetta hyväntekijänä. Kalevala Koru Oy on huomionut markkinoinnissaan tämänkin asian. Heillä on mallistossaan Maan voima –korusarja, joka tukee Kirkon Ulkomaanavun kautta Naisten Pankkia.⁴⁰

Suomalaisten käsityötarvikepakkausten suunnittelussa ja markkinoinnissa on mielestäni hyödynnetty heikosti internetin tarjoamia mahdollisuuksia. Kaikilla yrityksillä on kyllä oma verkkokauppa, mutta Tilda-konseptin tyylistä addikti-blogeilua on hyödynnetty heikosti. Verkkokaupan yhteydessä voisi mielestäni olla materiaalitietopankki, jossa jaettaisiin tietoa erilaisten yritysten tarjoamien materiaalien materiaaliopista, puhtaanapidosta ja korjausmahdollisuuksista. Lisäksi verkkokaupassa voisi toimia omat keskustelu- ja palautekanavansa, jotka ruokkisivat käsityötarvikepakkausten kauppaa kuin huomaamatta. Keskustelupalstalla voisi vaihtaa ajatuksia erilaisista toteutustavoista, kysyä ohjeita pakkausten valmistamiseen ja vaihtaa tietoja vaikka Suomessa esiteltävistä tekstiili- ja taidenäyttelyistä ja kursseista.

³⁹ Arabia Finland, yrityksen verkkisivut 2009, [online]

⁴⁰ Naistenpankki, Kirkon ulkomaanapu, yrityksen verkkisivut 2009, [online]

Verkkokaupan yhteydessä toimivalle palautekanavalle käsityöntekijät voisivat lähettää kuvia valmiista töistään. Palautekanavalla voisi järjestää myös suunnittelukilpailuja, jolloin asiakkaat voisivat itse suunnitella käsityö-tarvikepakkauksia tai käsitöitä eri teemojen mukaan. Parhaat työt voisi ottaa yrityksen tuotantoon. Näin yritys saisi ilmaista suunnittelua ja tärkeää tietoa siitä millainen tyyli asiakkaita viehättää. Tämän tyyllisestä palvelusta hyvänä esimerkkinä toimii yritys nimeltä Bon Bon Kakku, jonka verkkokaupassa asiakkaat voivat itse suunnitella omat painokangaskuosinsa ja joista aika ajoin kilpailujen kautta parhaat kuosit valitaan yrityksen tuotantoon.⁴¹

Verkkokaupan yhteydessä asiakkaat saisivat yhteisön, jossa vaihtaa ajatuksia ja ideoita. Uskon, että kaikki tämä tulisi näkymään myös positiivisesti yrityksen tuotemyynnissä ja asiakkaiden yritysmielikuvissa. Hyvin valmistetut verkkokaupan sivut tarjoavat asiakkailleen yhteisön, jossa asiakas saa elämyksiä sekä palveluita kokonaisvaltaisesti ja jossa asiakas tuntee itsensä tärkeäksi niin yhteisön kuin yrityksenkin kannalta. Harri Ruohomäki kirjoittaakin toimittamassaan kirjassa, Käsintehty Brandi, että verkkokaupassa keskeistä ei ole kävijöiden määrä vaan kävijöiden lojaalisuus.⁴²

Verkkokaupan keskustelu- ja palautepalstalla kävijöille olisi markkinoinnin kannalta otollista järjestää asiakasiltoja yrityksen kivijalkamyymälöissä, jolloin valmistettaisiin yhdessä asiakkaiden käsityötarvikepakkauksia ja myytäisiin asiakkaille yrityksen tuotteita pienin alennuksin. Lisäksi heitä muistettaisiin sähköisin tarjouskirjein ja sesonkiterveisin, kuten sähköisin joulukortein. Tämä lisäisi varmasti asiakkaiden lojaalisuutta yrityksen tarjontaan kohtaan ja mainonta tavoittaisi näin vaivattomasti aktiivisimmat harrastajat. Tällaista sähköistä yhteenkuuluvuuden tunnetta Suomessa hyödyntää ja tukee mm. PeeKaa Tuote Oulussa, joka on erikoistunut tilkkutöihin liittyvien materiaalien myyntiin alan harrastajille. PeeKaa Tuote lähettää silloin tällöin asiakkaidensa sähköpostiin yrittäjän omia hauskoja blogeja ja tarjouksia sekä muistaa asiakkaitaan aina viestein kalenterijuhlien yhteydessä.

⁴³

⁴¹ Bon Bon Kakku, yrityksen verkkosivut 2009, [online]

⁴² Ruohomäki 2000, 94

⁴³ PeeKaa Tuote, yrityksen verkkosivut 2009, [online]

Vaikka olenkin kritiikissäni antanut parannusehdotuksia käsityötarvikepakkauksia myyvien yritysten verkkokaupan käyntiin, kannatan itse vahvasti myös perinteisten kivijalkamyymälöiden olemassaoloa. Näissä myymälöissä näen kuitenkin hyvin voimakkaasti päivittämisen tarvetta, jotta uudet asiakaskunnat löytäisivät yritysten tuotteet. Myymälöissä on mielestäni liian käsityömäinen ja torpparihenkinen tunnelma vanhoine puutuoleineen ja sivustalevitettävine perinnesohvineen. Liiallisella käsityömäisellä tunnelmalla karkotetaan herkästi satunnaisia asiakkaita, jotka eivät ole käsityön, etenkin perinnekäsityön aktiiviharrastajia. Myymälöiden aukioloajat ovat usein myös virastoaikoja, jolloin ne eivät sovellu työssäkäyvien asiakkaiden ostospaikoiksi.

Mielestäni käsityötarvikepakkauksia olisi tulevaisuudessa hyvä myydä myös kivijalkamyymälöissä, jotka eivät ole erikoistuneet käsitöiden tai käsityötarvikkeiden myyntiin. Tällöin tuotteet löytäisivät myös ne asiakkaat, jotka eivät ole erityisiä käsityöharrastuneisuuden tai suomiromantiikan edustajia. Tulevaisuudessa hyviä myymäläkonsepteja, jotka tavoittaisivat uuden asiakasryhmän olisivat esimerkiksi hyvinkin toisistaan tyyliltään poikkeavat sisustusliikkeet, vapaa-ajan harrasteisiin erikoistuneet myymälät, kehitysyhteistyöhön erikoistuneet yritykset ja myymälät sekä vaihtoehtoisia lääkkeitä ja hoitoja tarjoavat yritykset ja myymälät.

8 KYSELY UNELMIEN KÄSITYÖTARVIKEPAKKAUKSESTA JA KULUTTAJIEN SISUSTUSTYYLEISTÄ

”Designers watch how people use things and then use their skills to make those things better.”⁴⁴

Uudenlaisen käsityötarvikepakkauskonseptin suunnittelua varten laadin kyselyn, jonka avulla selvitin, mitä tämän päivän kuluttaja käsityötarvikepakkausilta haluaa. (Liitteet 1-8.) Muotoilijana minua kiinnosti tietää, miksi kuluttaja ostaa käsityötarvikepakkauksen. Halusin myös tietää millaisia toiveita nykypäivän 20-50-vuotiailla kuluttajilla on uutta sisustustyynyihin

⁴⁴ Kotchka 2008, 116

pohjautuvaa käsityöpakkauskonseptia varten ja miksi käsityötarvikepakka-
uksen toteutus jää joskus tekijältään kesken.

Kyselyni tein Oulun ja Kempeleen kansalaisopistoilla, Lahden Wellamo-
opistolla ja kahdessa Lahden seurakunnan perhekerhossa. Kyselyyni vas-
tasi myös muutama tuttavani, joiden kotien sisustustyyliä tai käsityötarvike -
pakkaustoiveita en ennalta tuntenut. Vastauksia sain 105 kpl, joista 88 osui
tavoittelemaani ikäjakaumaan 20-50 vuotta. Vastaajien ikäjakauman valit-
sin 20-50-vuotiaaksi, koska hypoteesini oli, että heillä olisi eniten tarpeita ja
toiveita uuden käsityötarvikepakkauskonseptin luomiseksi. He ovat asia-
kasryhmä, joiden elämässä kodin sisustamisella on tärkeä osa. He ovat
myös valmiita sijoittamaan laadukkaisiin sisustus- ja käsityömateriaaleihin
suuriakin summia rahaa. Heillä on halua tutustua itseensä, juuriinsa ja
omiin kädentaitoihinsa uudelleen taakse jääneiden koulukäsityötuntien jäl-
keen.

Kyselyni otanta oli suhteellisen käsityöpainotteinen lukuun ottamatta tutta-
viani ja kahta seurakunnan perhekerhoa, joiden vastaajat eivät olleet aktii-
visia käsityöharrastajia. Oletan kuitenkin, että yhdessä nämä saamani vas-
taukset antavat kuvan siitä mitä nykypäivän kuluttajat toivovat sisustus-
tyynyihin painottuvilta käsityötarvikepakkauksilta ja siitä ovatko käsityötarvi-
kepakkaukset jo aikansa eläneet.

Vastaajat lajittelin heidän vastausyhteisönsä ja sisustustyyliinsä mukaan.
(Liite 9.) Vastaajien sisustustyylin selvitin kyselyyn liitettyjen seitsemän eri-
laisen moodboard –mielikuvakartan avulla. Kuluttajien sisustustyylien tun-
nistaminen toimi minulla apuna tuotesuunnittelussani, asiakassegmentin
luomisessa ja kohdistamisessa.

Asiakkaiden kotien sisustustyyliä selvitin suomalaisista vuoden 2007 ja 2008 Ko-
ti- ja keittiö-, Deko-, Glorian koti- ja Plaza Koti -sisustuslehdistä leikkaamistani si-
sustus- ja tuolikuvista kokoamieni moodboardien eli kuvakollaasien avulla. Ra-
kensin moodboardeihin seitsemän erilaista sisustustyyliä. Moodboardien sisus-
tustyyliä olivat maalaisromanttinen, minimalistinen, metropoliittinen, boheemi, kier-
rättäjähenkkinen, aistillinen ja koristeellinen. Kuvien kokoamisessa käytin pohjana
kokemustaustaani ja hiljaista tietoa, joka minulle on syntynyt vuosien myötä

omien 20-50-vuotiaiden kansalaisopiston opiskelijoideni ja ystäväni kodeista sekä niiden kotien sisustustyyleistä, joita suomalaisissa sisustuslehdissä keskimäärin esitellään. Ensimmäinen kuvakollaaseistani perustui kodin tunnelmiin ja toinen kodin tuoleihin, joilla mahdollisesti käsityötarvikepakkausina valmistetut sisustustyynyt tulevaisuudessa lepäisivät. Sisustustyynyä käytetään usein myös sänkyjen päällä, mutta koska henkilökohtaisesti rakastan erilaisia tuoleja ja niiden vahvaa persoonallisuutta, valitsin kuvakollaasiin sänkyjen sijasta tuolit. Tuoleja on usein myös kodeissa huomattavasti enemmän kuin sänkyjä, ja ne tukevat mielestäni usein tyyllään omistajansa visuaalista identiteettiä sänkyä enemmän, koska ovat sijoitettuina kodeissa sänkyjä näkyvämmillä paikoilla. Tuolien kuvat olen valinnut kunkin esittelemäni sisustustyylin mukaan kuvitteellisiksi lepopaikoiksi asiakkaan sisustustyynyille ja helpottamaan kyselyn vastaajan ratkaisua oman visuaalisen identiteettinsä päättämiseksi. Moodboardien kuvavalintani perustuvat omaan näkemykseeni Suomessa 2010-luvulla vallalla olevista sisustustyyleistä. Kaikille seitsemälle kehittämälleni kuvitteelliselle sisustustyylille löytyi kannattajansa kyselyn vastaajien joukosta.

Opinnäytetyöni sponsoria ja yhteistyökumppania Helmi Vuorelma Oy:tä ja omaa käsityötarvikepakkauskonseptin suunnitteluprosessia varten selvitin myös kyselyssäni, millaisia mielikuvia kuluttajilla on Helmi Vuorelma Oy:stä ja mistä kuluttaja ostaa mieluiten käsityötarvikepakkauksensa. Tieto asiakkaiden mielikuvista helpotti minua löytämään suunnitelmiini sen tyylin, jonka asiakkaat mieltävät Vuorelmalle ominaiseksi tyyliksi. Vastaajien ostopaikkamielitykset taas auttavat minua visioimaan uusia markkinointistrategioita käsityötarvikepakkausten myynnin edistämiseksi ja uuden käyttäjäkohderyhmän tavoittamiseksi.

Kun aloitin uuden käsityötarvikepakkauksen kehittämissäni projektini, en asettanut itselleni minkäänlaista mielikuvaa siitä, minkä tyyliin sisustukseen ja millaiselle kuluttajalle haluaisin lähteä käsityötarvikepakkausta suunnittelemaan. Olen itse oman kotini sisustustyyliltäni kameleontti, joka vaihtaa tyyliään aina uuden kodin arkkitehtuurin myötä ja vuodenaikojenkin mukaan, joten mikä tahansa seitsemästä moodboardieni tyylistä olisi ollut minulle mieluinen. Oma muotokieltäni, taitojani tai ihanteitani muodonannon suhteen en kuitenkaan voi paeta ja uskon, että se näkyy suunnittelussani

suunnittelenpa sitten käsityötarvikepakkausta boheemille kuluttajalle tai koristeelliselle. Prosessissani uuden käsityötarvikepakkauksena myytävän sisustustyynykonseptin suunnittelijana pyrin kuitenkin mukautumaan asiakkaan toiveiden ja tyylin mukaiseksi, tuoden siihen omaa tyyliäni vain tarpeen salliessa. Helmi Vuorelma Oy:n materiaalitajonnalla ja Vuorelman perinteellä on myös luonnollisesti suuri osuus tuotesegmentin ja -tyylin luomisessa.

Kuluttajan valitessa tuotetta vaikuttaa hänen päätöksiinsä totumuksen ja tradition ohella hänen elämäntapansa, arvonsa, tyyliä ja kulloinkin vallalla oleva muoti.⁴⁵ Tämän vuoksi määrittelin eri sisustustyyliden edustajille omat asiakaspersonat, joihin kuuluivat edustajien fiktiiviset iät, ammatit ja perhesuhteet. Lisäksi kuvittelin mielessäni heidän emootioitaan, luonteenpiirteitä ja kulutustottumuksiaan. Kuvitteelliset asiakaspersonat toimivat myös tuotesuunnitteluni apuvälineinä. Christine Perfetti kirjoittaa artikkelissaan *Personas: Matching a Design to the Users' Goals*, personoinnista tuotesuunnittelun hyvänä apuvälineenä. Hän kirjoittaa, että asiakastyypin personointi auttaa usein suunnittelijaa suunnittelemaan menestyksekkään tuotteen, joka miellyttää yksittäisen kuluttajan lisäksi myös muita kuluttajia. Sen sijaan suunnitteleamalla tuote suoraan suurelle kuluttajamassalle, voi lopulta käydä niin, ettei tuote miellytä ketään.⁴⁶

Asiakaspersonat nimesin maalaisromanttiseksi Katariinaksi, minimalistiseksi Anneksi, metropoliittiseksi Riikaksi, boheemiksi Lilliksi, kierrättäjähenkiseksi Minnaksi, aistilliseksi Saaraksi ja koristeelliseksi Niinaksi. Fiktiiviset profiilit olivat apunani myös moodboardieni teossa. Ne auttoivat minua myös Helmi Vuorelma Oy:n edustajia heidän päättäessään tulevan malliston asiakassegmenttiä. Kyselyn vastaajat eivät tieneet sisustustyyliden fiktiivisiä henkilöprofiileja kyselyyn vastatessaan, mutta vastaajien vastauksista ja toiveista päätellen kehittämäni fiktiivinen asiakasprofiili voisi olla myös faktaa. Fiktiiviset profiilit olen luonut omien innovaatioideni, mielikuvieni ja tuntemieni 20-50-vuotiaiden ihmisten luonteiden perusteella.

⁴⁵ Kettunen 2001, 14

⁴⁶ Perfetti 2001

9 FIKTIIVISET KÄSITYÖTARVIKEPAKKAUSTEN KULUTTAJAPERSONAT

”Kyetäkseen todella tuottamaan asiakkaalle arvoa, on mentävä syvälle asiakkaan maailmaan ja katsottava asiakkaan arkisia ongelmia sieltä käsin.”⁴⁷

9.1 Maalaisromanttinen Katariina

Maalaisromanttisen sisustustyylin edustajan olen nimennyt Katariinaksi. Katariina on 36-vuotias ja ammatiltaan parturi-kampaaja. Katariinan mielsin perhekeskeiseksi äidiksi, jolle sievä pullantuoksuinen koti on tärkeä. Hän tekee paljon käsitöitä ja mieluiten hän toteuttaa ne valmiista ohjeesta. Häntä kiehtovat erilaiset kasviaiheet ja luonnonmateriaalit. (Katso kuva liitteestä 2)

Kädentaidoiltaan Katariina on hyvin taitava ja hän taitaa monia eri käsityötekniikoita. Mieluisimpina käsityötekniikoina hän pitää tilkkutöitä, käsin kirjontaa ja tiffany -lasitekniikoita. Kirjontatekniikoista häntä kiehtovat erityisesti ristipistot ja leikekirjonta. Hänen kädenjälkensä on erinomaista. Hän on tyypillinen ahkera ja innostunut käsityön harrastajaryhmien asiakas. Hän ihailee amerikkalaista ja ruotsalaista rentoa ja kodikasta tapaa sisustaa, mutta suomalainen luonnonmukaisuus ja luonnollisuus ovat myös lähellä hänen sydäntään. Hänen mielestään suomalaiset käsityötarvikepakkaukset ovat usein kalliita. Hän käyttääkin usein valmiiden käsityötarvikepakkausten sijasta käsityölehtien julkaisemia malleja.

9.2 Minimalistinen Anne

Minimalistisen sisustustyylin edustajan olen nimennyt Anneksi. Anne on 40-vuotias ja ammatiltaan myyntiedustaja. Anne on business – henkinen äiti, jolle koti toimii edustustilana. Hän arvostaa laatua ja nimekkäiden suunnittelijoiden suunnittelema design on hänen statusarvolleen tärkeää. Hän

⁴⁷ Ruohomäki 2000, 33

tekee käsitöitä jonkin verran. Käsityönsä hän valmistaa aina ohjeesta ja mieluiten ohjatusti, sillä hän ei halua koskaan epäonnistua tai päästää käsitään visuaalisesti epäonnistunutta tuotetta. (Katso kuva liitteestä 3)

Käsityötekniikoista Annea kiinnostavat erityisesti huovutus ja luonnonmateriaaleista valmistetut kolmiulotteiset ommeltavat työt sekä kankaankudonta ja ryijytekniiikka. Hän arvostaa laadukkaita käsityömateriaaleja. Hän on kädentaidoissaan hyvin pikkutarkan työn tekijä, mutta hänen taitonsa eivät usein yllä perfektionististen tavoitteidensa tasolle. Hän on ylpeä suomalaisuudestaan. Hänelle käsityötarvikkeiden hinnalla ei ole juurikaan merkitystä. Laatu maksaa ja sillä selvä.

9.3 Metropoliitti Riikka

Metropoliittisen sisustustyylin edustajan olen nimennyt Riikaksi. Riikka on 32-vuotias Itäalan yrittäjä. Hän on hallitusti rönsyilevä lapseton parisuhteessa elävä nainen, joka arvostaa hi-tech –henkisiä tuotteita ja laadukasta modernia käsityötä. Suomalainen perinne ja luonnonmukaisuus eivät ole hänelle tärkeitä. Hän ihailee toisaalta perinteistä japanilaista asketismia ja toisaalta suurkaupunkien dynaamisuutta ja sykettä. Hänellä on varma maku kotinsa sisustuksen suhteen. (Katso kuva liitteestä 4)

Kaikissa kädentaitoja vaativissa tehtävissä Riikka on melko kärsimätön. Käsityötekniikoista häntä kiehtovat huovutus ja hopeakorujen valmistus, sillä ne ovat tekniikkoina nopeita. Huovuttaen ja hopealankaa punoen hän saa myös helposti aikaiseksi näyttäviä tuotteita. Hän toteuttaa satunnaiset käsityönsä aina ohjatusti, sillä hän ei halua epäonnistua tuotteidensa kanssa. Riikalle käsityökursseilla syntynyt sosiaalinen kanssakäyminen on tärkeää. Hänelle käsitöihin sijoitettavalla rahasummalla ei ole juurikaan merkitystä.

9.4 Boheemi Lilli

Boheemin sisustustyylin edustajan olen nimennyt Lilliksi. Lilli on 42-vuotias. Ammatiltaan hän on ravintolakokki. Hän on boheemi ja kokeilunhaluinen. Hänelle kestävä kehitys ja tuotteiden henkilökohtainen tuunaus ja

standardien rikkominen on erittäin tärkeää. Hän on hyvin luova persoona ja käyttää mielestäni harvoin käsityötarvikepakkauksia tai muita käsityöohjeita tai kaavoja. Hänen töissään kukkii huumori. Mystiset tarinat ja myytit työstävät hänen käsissään kokeilullisiksi tekstiiliteoksiksi. (Katso kuva liitteestä 5)

Käsityötekniikoista Lilliä kiehtovat eniten koneella ja käsin valmistettava kirjonta, tilkkutyöt, kankaanpainanta ja taontatyöt. Hän haluaa aina soveltaa kaikki tuotteet omien mielikuviansa mukaan. Hän ei ole huolellisen työn tekijä, mutta hänelle tuotteen huoliteltu lopputulos ei edes ole tärkeää. Enemminkin hän arvostaa käsitöissä epätäydellisen kädenjäljen näkymistä. Hän ostaa usein käsityöpakkauksia lahjoiksi tuttavilleen, koska hän haluaa antaa läheisilleen mahdollisuuden omin käsin tekemisestä nauttimiseen. Lilli harrastaa käsitöitä myös yhdessä lapsensa kanssa. Käsitöihin käyttämänsä tarvikkeet hän pyrkii löytämään edullisesti, mieluiten ilmaiseksi. Hänestä on haaskausta käyttää suuria summia rahaa materiaaleihin, joita kierrätyskeskuksista, roskiksista ja kirpputoreilta saa lähes ilmaiseksi.

9.5 Kierrättäjä Minna

Kierrättäjä-sisustustyylin edustajan olen nimennyt Minnaksi. Minna on 28-vuotias ja ammatiltaan luokanopettaja. Hänen kotinsa on yhdistelmä saatuja, perittyjä, lainattuja ja dyykattua maalais- ja design- kalusteita. Hänen kotinsa ja esineet henkivät nostalgiaa ja mummolahenkeä. Hänelle kierrätys ja ekologisuus ovat itsestään selvä elämäntapa. Hän on hyvin lapsirakas ja haluaa tarjota lapsilleen turvatun ja positiivisista muistoista koostuvan lapsuuden. (Katso kuva liitteestä 6)

Minna tekee paljon käsitöitä ja hän on innostunut kaikista kädentaidoista. Hän suunnittelee osan käsistöistään itse, sillä hän haluaa niistä persoonallisia, mutta käyttää aikaa säästääkseen myös paljon valmiita malleja ja ohjeita. Hän valmistaa käsitöitä mielellään lastensa kanssa lasten omien ideoiden pohjalta. Hän tekee puutyöt, ompelun niksit, erilaiset käsin ja koneella tehtävät kirjonnat ja huovutuksen. Hänelle täydellinen lopputulos käsitöissä ei ole lainkaan niin tärkeä kuin käsityön valmistamisessa koettu ilo. Hän on innokas käsityökurssien asiakas, koska hänelle käsitöiden valmistamisessa sosiaalinen merkitys on myös suuri. Minnalle suomalaiset juuret ovat erittäin tärkeät.

9.6 Aistillinen Saara

Aistillisen sisustustyylin edustajan olen nimennyt Saaraksi. Saara on 44-vuotias. Ammatiltaan hän on kosmetologi. Yksin kissansa kanssa elävälle Saaralle elämän nautinnot, sisustuksen aistillisuus, prameus ja siihen liittyvä kaikkalainen ”bling-bling” on tärkeää. Perinteisestä kurinalaisesta, eleettömästä ja karusta suomalaisesta muotokielestä hän ei juuri välitä. Hän tekee paljon käsitöitä ja usein hän valitsee aikaa säästääkseen niihin valmiin mallin. Valmiin käsityömallin värejä hän kuitenkin vaihtelee mieleisikseen. (Katso kuva liitteestä 7)

Saaralle käsitöiden tuoma sosiaalinen vuorovaikutus on hyvin tärkeää, sillä hän on perheetön. Hän kutsuukin usein ystäviään kotiinsa hyvän ruoan ja käsitöiden tekemisen pariin. Hän on huolellisen käsityön tekijä. Hän tekeekin usein käsitöitä tilauksesta ystävilleen. Hänelle mieluisia tekniikoita ovat neulonta ja ompelu. Hänelle käsityötarvikkeiden hinnalla ei ole merkitystä. Hän arvostaa laatua ja ymmärtää sen, että hyvänlaatuiset materiaalit voivat maksaa paljonkin.

9.7 Koristeellinen Niina

Koristeellisen sisustustyylin edustajan olen nimennyt Niinaksi. Mielikuvis-sani Niina on 30-vuotias. Ammatiltaan hän on terveydenhoitaja. Niinan sisustus mukailee vaahtokarkkimaista satukirjojen suloisuutta. Hän harrastaa hyvin paljon käsitöitä lastensa kanssa. Hän askarteleo nukkekoteja ja rakastaa kaikkea pikkusievää. Perinteinen suomalainen, karun pelkistetty muotokieli ei puhuttele Niinaa. (Katso kuva liitteestä 8)

Niina käyttää käsitöissään paljon kansainvälisiä naivistisia malleja ja antautuu harvoin itsenäiseen suunnitteluun. Hän luottaa mieluummin aikaa säästääkseen hyvin suunniteltuihin valmiisiin malleihin. Kukkat, nallet, keijut ja enkelit ovat tyypillistä Niinan käsitöiden kuviomaailmaa.

Käsityöntekijänä Niina on hyvin pikkutarkka ja hänen kädenjälkensä on erittäin huoliteltua. Hän on valmis sijoittamaan suuriakin summia rahaa rakkaaseen käsityö – ja askarteluharrastukseensa. Käsityötekniikoista häntä

innostavat eniten käsin – ja koneella valmistettava kirjonta, tilkkutyöt ja keramiikka. Tekstiilimateriaaleista puuvilla- ja pellavakankaat ovat hänen suosikkejaan.

10 MITÄ TÄMÄN PÄIVÄN KULUTTAJA HALUAA KÄSITYÖTARVIKEPAKKAUKSILTA?

”Kyllästymistä seuraa aina uuden tarve, vaihtelun halu.”⁴⁸

10.1 Miksi kuluttaja ostaa/ostaisi käsityötarvikepakkauksen?

Kyselyni 88 vastaajasta käsityöpakkauksia oli ostanut tai saanut lahjaksi 45 vastaajaa eli yli puolet. Aistillisen ja koristeellisen sisustustyylin edustajista kaikki viisi vastaajaa olivat ostaneet tai saaneet käsityötarvikepakkauksen. He edustavat kuitenkin lukumäärältään hyvin pientä joukkoa kyselyyn vastaajista. Jotta aistillisen ja koristeellisen sisustustyylien edustajien voisi sanoa ostavan useimmin käsityötarvikepakkauksia kuin muiden sisustustyylien edustajien, pitäisi heidän otantansa olla huomattavasti suurempi kuin tässä kyselyssä. Sen sijaan muiden sisustustyylien edustajien hankkimien tai saamien käsityötarvikepakkauksien prosentuaaliset luvut olivat vertailukelpoisia. Vastauksien ja oman olettamuksenikin mukaisesti maalaisromanttisen-, minimalistisen- ja kierrättäjähenkisen sisustustyylin edustajat hankkivat useasti käsityötarvikepakkauksia. Metropolitiittisen sisustustyylin edustajien käsityöpakkauksokemukset (54%) sen sijaan yllättivät minut suuruudellaan. Kyselyn vastausten analysoinnissa arviointiani vaikeuttaa kuitenkin se, että en tiedä kuinka moni vastaajista on itse ostanut käsityötarvikepakkauksen ja kuinka moni saanut lahjaksi. Jos tekisin kyselyn uudestaan korjaisinkin kysymyksen käsityötarvikepakkauksen hankinnasta toisenlaiseksi. (Taulukko 1)

Onnistuneen käsityötarvikepakkauksen muotoilua ja tuotekehitystä varten selvitin kyselyssäni myös vastaajien mielipiteitä siitä, miksi he ostavat käsityöpakkauksen. Tätä tietoa tarvitsin muotoilijana suunnittelulleni pohjaksi, koska minun tuli tietää, mikä asiakasta käsityötarvikepakkauksissa viehättää ja toisaalta millä tekijöillä ei vastaajien mukaan ole juurikaan merkitystä. (Taulukko 2)

⁴⁸ Frank 1991, 37

Sisustustyyli	Vastaajia yhteensä 88 hlö:ä	Vastaaja ostanut tai saanut käsityötarvikepakkauksen 45 hlö:ä	Käsityötarvikepakkauksen ostanut tai saanut % vastaajista
sisustustyyli nro 1 (Maalaisromanttinen)	28	16	57 %
sisustustyyli nro 2 (Minimalistinen)	22	9	41 %
sisustustyyli nro 3 (Metropoliittinen)	11	6	54 %
sisustustyyli nro 4 (Boheemi)	4	1	25 %
sisustustyyli nro 5 (Kierrättäjähenkkinen)	17	8	47 %
sisustustyyli nro 6 (Aistillinen)	2	2	100 %
sisustustyyli nro 7 (Koristeellinen)	3	3	100 %

Satu Itäpää 2009. Taulukko 1. Sisustustyylien mukainen erittely vastaajista, jotka olivat ostaneet tai saaneet käsityötarvikepakkauksen.

Miksi vastaaja ostaa / ostaisi käsityöpakkausten	Vastaajia yhteensä 88 hlö:ä
Itsenäinen tuotteen suunnittelu pelottaa, valmis suunnitelma on aina varma valinta.	15
Pakkauksen avulla on turvallista harjoitella uutta tekniikkaa ja valmiin suunnitelman avulla ensimmäisestäkin tuotteesta tulee visuaalisesti onnistunut.	56
On mukavaa kun kaikki tarvittavat materiaalit nippeleineen ja nappelineen sisältyvät pakkaukseen, eikä niitä tarvitse itse erikseen lähteä ostamaan.	67
Pakkauksen sisältämiä materiaaleja on vaikeaa löytää lähialueeni kangas-, käsityö- ja ompelutarvikekaupoista. Täten pakkauksen hankkiminen helpottaa juuri oikeanlaisten materiaalien saatavuutta.	10
Ostan pakkauksen lahjaksi ystävälleni, anopilleni, äidilleni tms.	23
Annan lasteni valita mieleisensä pakkauksen käsityökatalogista, jolloin takaan sen, että tekemäni käsityö on heille aina mieluinen kuvioltaan, materiaaleiltaan ja väreiltään.	9
Käsityöpakkaukset ovat houkuttelevia heräteostoksia jo sellaisenaankin.	21
En missään tilanteessa ostaisi käsityöpakkausta, koska otan mieluummin ohjeen käsityölehdistä ja ostan mieluummin itse malliin tarvittavat materiaalit	7
En missään tilanteessa ostaisi käsityöpakkausta, haluan suunnitella aina kaikki käsityöni itse.	11
En osta käsityöpakkausta, koska niiden hinnat tuntuvat aina mielestäni liian kalliilta.	14

Satu Itäpää 2009. Taulukko 2. Miksi vastaaja ostaa/ostaisi käsityötarvikepakkauksen?

Vastaajat kokivat uuden käsityötekniikan harjoittelun käsityötarvikepakkauksen avulla merkitykselliseksi. Omassa opetustyössäni olenkin usein juuri surrut sitä, että opiskelijat malttavat harvoin suunnitella ensimmäisiä materiaali- tai tekniikkakokeilujaan visuaalisesti kauniiksi ja näin ollen

ensimmäiset työt ovat liian usein roskakorin täytettä. Valmis ammattilaisen laatima mallisuunnitelma ensimmäiselle käsityökokeilulle, uudelle tekniikalle tai uudelle materiaalille takaa onnistuneen lopputuloksen myös esteettisesti ja näin ensimmäisestäkin tuotteesta voi tulla tarkoituksenmukainen ja visuaalisesti kaunis.

Kyselyni vastaajat ostavat myös usein käsityötarvikepakkauksia lahjoiksi. Omissa oppilaissanikin oli paljon niitä äitejä ja anoppeja, jotka olivat saaneet käsityötarvikepakkauksia lahjoiksi lapsiltaan ja ystäviltään. Osa vastaajista, 14 vastaajaa piti käsityötarvikepakkauksia kalliina, eivätkä he näin ollen halunneet ostaa niitä. Tämä asettaa suunnittelijalle haasteen, kuinka pitää materiaalikustannukset ja yrityksen voitto aisoissa, ettei jo pelkkien käsityömateriaalien kallis hinta muodostuisi harrastajille esteeksi. Toisaalta mielikuva kalleudesta voi muodostua myös olettamusten varaan, ilman että käsityöpakkausten hinnoista on edes tarkempaa tietoa. Edullisen hinnan käyttämistä myyntiargumenttina haluan tuotesuunnittelussani kuitenkin välttää, sillä Harri Ruohomäki kirjoittaa toimittamassaan kirjassaan, *Käsintehty Brandi*, että halvan tuoteimagon tieltä ei ole enää paluuta. Tuotteen lisäarvo onkin määriteltävä ja perusteltava jollain muulla kuin hinnalla.⁴⁹

10.2 Mistä kuluttaja mieluiten ostaa käsityötarvikepakkauksensa?

Tekemässäni kyselyssäni kysyin kuluttajilta myös, mistä he käsityötarvikepakkauksensa mieluiten ostavat. Tämä tieto kiinnosti itseäni, sillä asiakkaiden ostopaikkamielitykset tulevat vaikuttamaan tuotesuunnitteluuni ja visioihin tuotteiden markkinointikanavista sekä markkinointistrategioista.

Taulukossa 3 olen esittänyt lukumäärinä ja prosentteina vastaajien ilmoittamat käsityötarvikepakkausten ostopaikat. Osa vastaajista oli kirjannut kyselyyni käsityötarvikepakkauksen hankintapaikoiksi kaikki tarjoamani vaihtoehdot. Tämän vuoksi vastausten lukumäärä, jolle olen laskenut prosentuaalisen tuloksen on enemmän kuin 88, joka oli kyselyni vastaajien lukumäärä.

⁴⁹ Ruohomäki 2000, 34

Mistä vastaaja ostaa käsityöpakkausten	88 vastaajaa (osa valinnut useamman kuin yhden vaihtoehdon)	% (104 vastausta)
messuilta	28	n. 27%
verkkokaupasta	23	n. 22%
käsityöliikkeestä	53	n. 51%

Satu Itäpää 2009. Taulukko 3. Mistä vastaaja ostaa käsityötarvikepakkausten?

Vastaajista suurin osa ostaa käsityötarvikepakkausten käsityöliikkeestä. Osa oli perustellutkin valintaansa vastauslomakkeeseensa ja osa kommentoi vastaustaan palauttaessaan vastauslomakettaan minulle. Moni painotti käsityötarvikkeiden kosketelemisen ja näkemisen tärkeyttä ennen ostopäätöksen tekemistä. Käsityöliikkeessä asioidessaan asiakas voi omin käsin tuntea materiaalin laadun ja pintastruktuurin tunnun sekä nähdä silmillään käsityötarvikepakkauksessa käytettävien värien oikeat sävyt. Henkilökohtainen palvelu ja tarvikepakkausten valmistamisen opastus miellettiin myös tärkeäksi käsityöliikkeessä asiointin syyksi.

Messuilta käsityötarvikepakkausten ostamisen kannusteena olivat messualennukset ja ostamisen huumi. Messuilla tehdäänkin useasti heräteostoksia. Messuilla käydään myös tutustumassa tarvikepakkausiiin, jotka saataan tilata myöhemmin verkkokaupasta. Messuympäristö onkin mielestäni loistavaa käsityöyrityksen brändin mainontaa oikealle kohderyhmälle ja suurelle massalle. Vaikka suurta myyntiä ei messuilla syntyisikään, niin messumuistojen perusteella voi syntyä monta uutta asiakassuhdetta.

Nykypäivän myyntibisnes tapahtuu paljon kansainvälisten verkkokauppojen kautta. Verkkokaupan kautta tuotteiden tilaaminen on vaivatonta. Tilauksen voi tehdä omalta sohvalla käsin ilman, että tarvitsee lähteä etsimään tuotteiden jälleenmyyntiin erikoistuneita liikkeitä. Verkkokaupoissa tuotteiden hintojen ja tyylien vertailu toisiin vastaaviin on helppoa, sen sijaan materiaalien tuntuun ja laadunverkkokaupassa ei saa tuntumaa. Heräteostoksiakaan verkkokaupoissa tuskin tehdään niin herkästi kuin kivijalkamyymälöissä tai messuilla.

Tulevaisuuden käsityötarvikepakkauksia olisi mielestäni hyvä myydä verkkokaupan ohella messuilla ja kivijalkakaupoissa. Käsityötarvikepakkaus, jonka suunnitteluun käsityöntoteuttaja voi itse vaikuttaa, on kuitenkin

helpompi ostaa myymälästä tai verkkokaupan kautta kuin messuilta. Messuilla sen sijaan voisi olla tarjolla valmiiksi tehtyjä tarvikepakkausettejä ja valmiita malleja, joita kosketella. Messuilla useat vaihtoehdot muodostuivat ongelmaksi, koska asiakkaita on samalla hetkellä monta, eivätkä myyjät ehdi palvelemaan samanaikaisesti useita pakkaustaan suunnittelevia asiakkaita.

Yritysten omien kivijalkamyymälöiden osalta kehitystä olisi mielestäni jalkauttaa käsityötarvikepakkauksia uusille jälleenmyyjille ja showroomeihin, jotka toimivat laajemmalla sektorilla kuin pelkästään käsityötarvikkeiden ja käsityötarvikepakkausten parissa. Menestyäkseen tuotteen on mentävä asiakkaan luokse, eikä odotettava että asiakas löytää tuotteen luo. Kaikista hienointa olisi, jos asiakkaat, jotka asioivat käsityöliikkeissä tai käsityömessuilla harvoin tai eivät koskaan, voisivat silti löytää käsityötarvikepakkaukset.

10.3 Miksi käsityötarvikepakkaus jää toteuttajaltaan kesken-eräiseksi?

16 vastaajalta oli käsityötarvikepakkauksen tuotteen valmiiksi saattaminen jäänyt kesken. Syitä olivat mm. ohjeiden huono luettavuus, koska ohjeet olivat joko englanninkieliset tai epäselkeät. Ajankäytön ongelmat, alkuinnon lopahtaminen, kirjontapistojen pikkutarkkuus ja hidas tuotteen valmistuminen työlään käsin kirjontan takia olivat usealla vastaajalla syynä käsityön kesken jäämiseen. Muutamissa vastauksissa tuote jäi keskeneräiseksi, koska valmiilla tuotteella ei ollut teki-jälleen järkevää käyttötarkoitusta tai tuotteen tyyli ei sopinut tekijän muuhun sisustukseen.

Käsityötarvikepakkauksen muotoilijan tulee kiinnittää huomiota näihin käsityön loppuunsaattamisen haasteisiin. Tarvikepakkauksen ohjeiden on oltava selkokieliset ja havainnolliset. Parhaimmillaan käsityötarvikepakkauksen muotoilu olisi mielestäni silloin, jos tuotteen kuvioinnin voisi toteuttaa alkuinnon lopahdettua myös osittain. Osittaisessa toteutuksessa käsityöntekijä voisi jättää toteuttamatta osan tuotteen kuvioinnista mallipiirroksen ohjeistuksen mukaisesti tai lopun

kirjonnan voisi toteuttaa vaikka kangastussilla piirtäen. Tällöin käsityötarvikepakkausten toteuttamien ei jäisi kesken vaan tulisi varmemmin valmiiksi.

10.4 Millaisia toiveita kuluttajalla on käsityötarvikepakkauksen suhteen?

Kyselyn vastauksista erottui selkeästi vastaajien toive siitä, että käsityötarvikepakkaus sisältäisi kaikki valmiin tuotteen valmistamiseen tarvittavat materiaalit. Vastaajat toivoivat lisäksi käsityötarvikepakkauksen materiaaleihin nykyistä enemmän vapaavalinnaisuutta. He haluaisivat valita tuotteeseen itseään miellyttävät värit suunnittelijan ja yrityksen tarjoamista vaihtoehdoista. Osa vastaajista oli kirjoittanut vastaukseensa lisähuomiona, että kaikkien tarvikkeiden pitäisi kuulua pakkaukseen, mutta materiaaleja pitäisi olla vain juuri tarvittava määrä, jotta asiakas ei joudu maksamaan turhasta. Tilkkutöistä innostuneet asiakkaat ehdottivat, että kaikki materiaalit voisi jopa leikata täsmälleen oikean kokoisiksi paloiksi, jolloin materiaalin ylijäämää ei synny.

Vastaajat kokivat uuden käsityötekniikan harjoittelun käsityötarvikepakkauksen avulla merkitykselliseksi. Ammattilaisen laatima mallisuunnitelma takaa uudelle käsityötekniikalle onnistuneen lopputuloksen myös visuaalisesti ja näin ensimmäisestäkin tekniikkakokeilusta voi tulla tarkoituksenmukainen ja visuaalisesti kaunis tuote. Käsityötarvikepakkauksiin toivottiin myös erilaisia tekniikoita eritasoisille tekijöille. Tällöin samaa tuotetta voisi valmistaa eri tavoin varioiden niin kädentaidoiltaan heikompi kuin taidoiltaan edistyneempikin.

Käsityötarvikepakkausten visuaalisuuden tärkeydestä viestii myös vastaajien tapaa ostaa käsityötarvikepakkauksia heräteostoksina tai lahjoiksi. Käsityötarvikepakkauksen ulkoasu ja sen sisältö on siis oltava houkutteleva ja ostamishalua herättävä.

11 MITÄ TÄMÄN PÄIVÄN KULUTTAJA HALUAA TEE-SE-ITSE SISUSTUSTYUNYKONSEPTILTA?

”Mieluummin kuin hinnalla, yrityksen tulisi pyrkiä kilpailemaan tuotteensa ominaisuuksilla ja muilla tekijöillä, joista asiakas on halukas maksamaan.”

50

11.1 Kyselyni vastaajien toiveet sisustustyynykonseptille

Kyselyssä pyysin vastaajia kirjaamaan ylös toiveitaan uutta käsityötarvikepakkauksena myytävää sisustustyynykonseptia kohtaan. Tuotekehitysideoita ja toiveita esittivät 51 vastaajaa 88 vastaajasta. Yleisemmäksi tuotekehitykselliseksi ideaksi sisustustyynykonseptia ajatellen nousi monien eri väri- vaihtoehtojen tarjoaminen, jolloin asiakas voisi itse koota tyynypakkauksen omien värimieltymistensä ja visioidensa mukaan. Tällöin asiakas kokoaisi itse omien mieltymystensä mukaan pakkauksen materiaalit käsityötarvikepakkauksista myyvän yrityksen tarjonnasta pakkauksessa olevan materiaali- menekin mukaan.

Uuden käsityötarvikepakkauksen suunnittelussa asiakkaiden kuuleminen on tärkeää. Tuotekehityksen kannalta, uusien visuaalisten ideoiden lisäksi, on tarkoituksenmukaista muotoilla tuotteeksi kaikki se, mistä asiakas maksaa. Mielestäni tuotekehityksen tärkein lähtökohta yrityksen tuotemyynnin lisäämisen lisäksi onkin käyttäjän tarpeiden ja toiveiden tyydyttäminen. Asiakkaiden tarpeiden ja toiveiden hyödyntäminen tuotekehityksessä on kuitenkin vaativa prosessi. Mikael Grannas kirjoittaa kirjassaan Kilpailukykyisiä tuotteita asiakaslähtöisesti, järjestelmällisesti, tiimityönä, että hallitsemattomana ylireagointi yksittäisen asiakkaan tarpeenilmaisuihin, voi johtaa suuriinkin virhearviointeihin.⁵¹ Minimoidakseni yllälyönnit olen eritellyt kyselyni vastaajien toiveet toiveiden esittäjien määrän mukaan. (Liitteet 10-16)

⁵⁰ Jaakkola; Tunkelo 1987, 17

⁵¹ Grannas 1994, 7

11.2 Maalaisromanttisen sisustustyylin edustajien esittämät toiveet sisustustyynykonseptille

Kyselyni vastaajista eniten, 28 vastaajaa, n. 32 % vastaajista, oli maalaisromanttisen sisustustyylin nro 1 edustajia. Kyselyni vastausten perusteella maalaisromanttisen sisustustyylin edustajat ovat innokkaita käsityöntekijöitä, jota kiehtovat vaaleat ruudut, raidat ja hillityt pitsimäiset struktuurit.

Maalaisromanttisen sisustustyylin edustajat käyttävät useasti käsitöihinsä valmiita malleja ja käsityötarvikepakkauksia, sillä itsenäinen suunnittelu pelottaa heitä. Uskon heidän toiveensa käsityötarvikepakkauksista ja sisustustyynyistä täyttyvän heidän kirjaamiensa tuotekehitysideoiden mukaan nykyisellä suomalaisten käsityöalojen perinteisellä tarjonnalla ja Tilda -konseptilla. Maalaisromanttisen sisustustyylin edustajien toiveita olivat mm. villalangoon valmistettavat käsin kirjonta-tekniikat, erityisesti ristipistotekniikka. Kirjontojen kuviomaailmana heitä kiehtoivat naivistiset eläinhahmot, erilaiset kasvi aiheet sekä itämaiset- ja jugend –kuviot. Tyynyn mallina heitä kiehtoi perinteinen 40 cm x 40 cm – koko ja suorakaide. (Liite 10)

Kyselyni vastausten mukaan maalaisromanttisen sisustustyylin edustajat arvostavat käsityötarvikepakkauksessa selkeitä ohjeita ja kaikkien tarvikkeiden sisällymistä pakkaukseen. He harjoittelevat mielellään uusia käsityötekniikoita käsityötarvikepakkausten avulla ohjatusti harrasteryhmissä. Heille käsityötarvikepakkausten ja käsityötarvikekatalogien visuaalisuus on tärkeää. He antavat usein lastensa valita katalogeista mieleisensä mallin, jolloin äidin valmistama käsityö on varmasti mieleinen. He ostavat käsityötarvikepakkauksia myös lahjaksi ja heräteostoina, vaikkakin he kokevat niiden hinnat korkeiksi. (Liite 10)

11.3 Minimalistisen sisustustyylin edustajien esittämät toiveet sisustustyynykonseptille

Toiseksi eniten, 22 vastaajaa, n. 25 % vastaajista oli pelkistetyn minimalistisen sisustustyylin nro 2 edustajia. Kyselyni vastausten perusteella minimalistisen sisustustyylin edustajat tekevät käsitöitä satunnaisesti,

mutta mielellään. He ovat epävarmoja tuotteiden itsenäisessä suunnittelussa. He toteuttavat käsityönsä mallista tai ohjattuna. (Liite 11)

Käsityötarvikepakkausina myytävät tyynymallistot eivät tyyliltään sovi minimalistisen sisustustyylin edustajien makuun. He kaipasivat käsityötarvikepakkausiin graafisempia, abstraktimpia ja pelkistetympiä urbaaneja malleja. Siro, romanttiset kuviot ja värikkyys eivät ole heille mieluisia. Minimalistisen sisustustyylin edustajat esittivät eniten tyynyjen tuotekehitysideoita ja osoittivat näin toiveensa uudenlaisen käsityötarvikepakkausena myytävän sisustustyynekonseptin luomiselle.

Kirjallisissa toiveissa käsityöpakkausena myytävälle sisustustyynekonseptille minimalistisen sisustustyylin edustajat toivoivat erityisesti tyynyihin selkeää, pelkistettyä tyyliä, joka on tekniikaltaan ja ohjeistukseltaan aloittelijallekin helppo toteuttaa. Tyyny voisi olla muodoltaan suuri neliö tai suorakaide, jota voisi käyttää lattiatyynynä vaikka lastenhuoneessa. Tyynyn kuviomaailma olisi moderni ja vähäeleinen. Tyynyjen väreiksi he toivoivat luonnonvärien ohella selkeitä perusvärejä ja trendivärejä. Kolmiulotteisuus ja erilaiset pintastruktuurit olisivat tyynyjen pintarakenteissa heille mieluisia. Lisäksi he toivoivat tyynyiltä laadukkuutta, helpohoitaisuutta ja vesipestävyyttä sekä nopeaa työstötekniikkaa. (Liite 11)

Minimalistisen sisustustyylin edustajille on tärkeää, että käsityötarvikepakkausena ostettava tuote on visuaalisesti onnistunut, vaikka se olisi tekijänsä ensimmäinen kokeilu uudesta käsityötekniikasta. Heille on myös tärkeää, että käsityötarvikepakkaus sisältää kaikki käsityön valmistamiseen tarvittavat tarvikkeet. He ostavat käsityötarvikepakkausia mielellään lahjaksi, joten pakkauksen visuaalinen ilme tulee myös olla edustava ja houkutteleva. He ostavat myös käsityötarvikepakkausia herkästi heräteostoksina. Heille käsityötarvikepakkauksen hinnalla ei ole ratkaisevaa merkitystä. Käsityöpakkausia valmistavien ja markkinoivien käsityötarviketalojen brändi -mielikuvilla on heidän ostopäätökselleen suuri merkitys. (Liite 13)

11.4 Kierrättäjähenkisen sisustustyylin edustajien esittämät toiveet sisustustyynykonseptille

Kolmanneksi eniten, 17 vastaajaa, n. 19 % vastaajista oli kierrättäjähenkisen sisustustyylin nro 5 edustajia. Heistä 6 henkilöä oli kirjannut kyselyyni tai sanonut minulle kyselyä palauttaessaan sisustustyyliänsä viereen ”nro 5, mutta ei ihan noin riemunkirjava tai värikäs”.

Kyselyni vastausten perusteella kierrättäjähenkisen sisustustyylin edustajat tekevät paljon käsitöitä. He haluaisivat käsityöpakkauksia edullisimmiksi ja toivovat niihin uusia kuvioaiheita. He esittivät paljon toiveita käsityötarvikepakkauksen suunnittelulle. Kirjallisissa toiveissa he toivoivat tyynykonseptiin asiakkaan omaa valinnanvapautta ja mahdollisuutta oman vision toteuttamiseen. Tyynyn pohjamateriaaleina voisi olla erilaisia luonnonmateriaaleja ja niistä erivärisiä vaihtoehtoja. Perusvärit miellyttävät heitä. He esittivät toiveita tyynyjen kokovariaatioista, jolloin samasta tyynystä voisi olla asiakkaan tarpeen mukaan eri kokoja tarjolla. Ekologiset arvot nousivat heidän toiveissa esiin niin valmistusmateriaalien kuin valmiin tuotteen kierrätettävyyden osalta. He ehdottivat myös vanhojen materiaalien hyödyntämistä tyynykonseptissa.

Tyynykonseptin valmistustekniikkoina he ehdottivat mm. kankaanpainantaa ja huovutusta. He toivoivat tyynyiltä jotain epätavallisen erikoista ja esittivät toiveen, ettei tyynyissä esiintyisi ruusukuvioita tai muita kukkakuvioita. Kierrättäjähenkisen sisustustyylin edustaja esitti myös kirjallisen toiveen, että käsityötarvikepakkaus suunniteltaisiin niin, että sen voisi toteuttaa yhdessä lasten tai isovanhempien kanssa. (Liite 12)

Kierrättäjähenkisen sisustustyylin edustajille on tärkeää, että käsityöpakkauksena ostettava tuote on visuaalisesti onnistunut, vaikka se olisi tekijänsä ensimmäinen kokeilu uudesta käsityötekniikasta. Heille on myös tärkeää, että käsityötarvikepakkaus sisältää kaikki käsityön valmistamiseen tarvittavat tarvikkeet. He ostavat käsityötarvikepakkauksia mielellään lahjaksi, joten heille pakkauksen visuaalinen ilmeen tulee myös olla edustava ja houkutteleva. Heille käsityötarvikepakkausten korkeaksi mielletty hinta on usein kuitenkin käsityötarvikepakkauksen hankinnan esteenä. (Liite12)

11.5 Metropolittisen sisustustyylin edustajien esittämät toiveet sisustustyynekonseptille

Neljänneksi eniten, 11 vastaajaa, n. 12,5 % vastaajista oli metropoliittisen sisustustyylin nro 3 edustajia. Kyselyni vastausten perusteella metropoliittisen sisustustyylin edustajat haluavat harjoitella uutta käsityötekniikkaa käsityöpakkausten avulla. He arvostavat myös sitä, että kaikki materiaalit sisältyvät käsityötarvikepakkaukseen, eikä niitä tarvitse itse erikseen ostaa. He suunnittelevat myös mielellään itse käsityönsä. Metropolittisen sisustustyylin edustajat eivät osta käsityötarvikepakkauksia heräteostoksina, vaan heillä on niitä ostaessaan aina selkeä tarve pakkauksen hankkimiseen. He ostavat käsityötarvikepakkauksia toisinaan lahjaksi ystävilleen. Käsityötarvikepakkausten hinnalla ei ole heille juurikaan merkitystä. (Liite 13)

Metropoliittisen sisustustyylin edustajat toivoivat käsityötarvikepakkausiksi useamman kokoisia tyynyjä, nykyisen 40 cm x 40 cm kokoisien tyynyn tilalle. He haluaisivat itse valita tyynyihin mieleisensä värit useiden väri vaihtoehtojen joukosta. Metropolittisen sisustustyylin edustaja kirjoitti myös toiveen tyynysarjasta, jolloin saman tyynyn voisi varioida usean tyynyn yhtenäiseksi sarjaksi. Vastausten mukaan tyynyjen kuvioina metropoliittisen sisustustyylin edustajia kiehtoivat isot selkeät yksinkertaiset kuviot. He esittivät myös toiveita suurikokoisesta lattiatyynystä, jonka muoto voisi olla jokin muu kuin pyöreä tai neliö. Myös tyynyjen kolmiulotteisuus ja ekologiset arvot esiintyivät metropoliittisen sisustustyylin edustajien toiveissa. (Liite 13)

11.6 Boheemin sisustustyylin edustajien esittämät toiveet sisustustyynekonseptille

Boheemin sisustustyylin nro 4 edustajia oli kyselyni vastaajista n.4,5 %. Kyselyni vastausten perusteella boheemin sisustustyylin edustajat toivoivat käsityötarvikepakkaukseen mm. nopeita, helposti toteutettavia tekniikoita, joilla kuitenkin saisi vaivattomasti aikaan kivaa ja näyttävää. Tekniikkoina heitä miellyttivät kirjonta ja kankaanpainanta. Erityisesti he olivat esittäneet toiveen, ettei käsityötarvikepakkausissa käytettäisi gobeliinikankaita, eikä

tekniikkoina olisi ristipistot tai virkkaus. Kuviomaailmana heitä kiehtoi nyky-aikaisen graafisen kuviomaailman lisäksi kukat ja perhoset. (Liite 14)

Käsityötarvikepakkauksen boheemin sisustustyylin edustajat ostavat halutessaan turvallisesti harjoitella uutta tekniikkaa. He arvostavat sitä, että kaikki käsityötarvikepakkauksen tarvikkeet sisältyvät käsityötarvikepakkaukseen. He ostavat myös käsityötarvikepakkauksia lahjoiksi ja heräteostoina. Yllätyksekseni yksikään boheemin sisustustyylin edustajista ei rastittanut kyselyssäni kohtia, joissa luki, ettei vastaaja ostaisi käsityötarvikepakkausta. (Liite 14)

11.7 Koristeellisen sisustustyylin edustajien esittämät toiveet sisustustyynykonseptille

Koristeellisen sisustustyylin nro 7 edustajia oli kyselyni vastaajista n.3,4 %. Kyselyni vastausten perusteella koristeellisen sisustustyylin edustajien toiveita käsityötarvikepakkauksille olivat tyynyn kuvioinnissa käytettävä ryijyteknikka. Lisäksi he toivoivat, että tyynyssä olisi selkeä kuva tai että tyynyyn voisi kirjoa tärkeitä päivämääriä ja nimiä. (Liite 15)

Koristeellisen sisustustyylin edustajien vastausten perusteella he ostavat käsityötarvikepakkauksen, koska itsenäinen suunnittelu pelottaa heitä. He ostavat myös käsityötarvikepakkauksia lahjoiksi ystävilleen. Käsityötarvikepakkauksen hankinnassa hekin arvostavat kaikkien tarvikkeiden sisällymistä pakkaukseen. (Liite 15)

11.8 Aistillisen sisustustyylin edustajien esittämät toiveet sisustustyynykonseptille

Aistillisen sisustustyylin nro 6 edustajia oli kyselyni vastaajista n. 2,3 %. Kyselyni vastausten perusteella aistillisen sisustustyylin edustajat ostavat käsityötarvikepakkauksen harjoitellakseen uutta tekniikkaa, eivät niinkään valmiin visuaalisen suunnitelman takia. Vastaustensa mukaan he arvostavat myös sitä, että kaikki käsityöntekoon tarvittavat tarvikkeet sisältyvät pakkaukseen. He ostavat käsityötarvikepakkauksia usein heräteostoina.

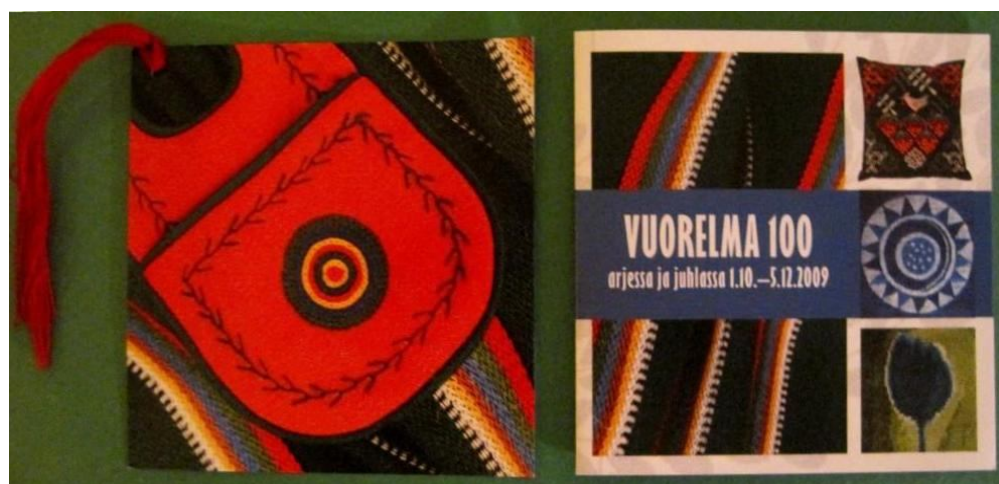
Käsityötarvikepakkauksen hinnalla ei ole heille merkitystä. (Liite 16) Aistillisen sisustustyynin edustajista kukaan ei kirjannut vastauskaavakkeeseen yhtään käsityötarvikepakkauksina myytävien sisustustyynyjen tuotekehitysideaa.

12 HELMI VUORELMA OY JA KÄSITYÖTARVIKEPAKKAUKSET

“Design and design thinking (both within the internal team and with consultants) can play a critical role in customer loyalty efforts. A design teams core value lies developing economical and user-centred solutions and / or creating emotive and meaningful brand experiences, witch ultimately are responsible for creating the most loyal customers.”⁵²

12.1 Helmi Vuorelma Oy:n historia ja brändi

Helmi Vuorelma Oy:n toimitusjohtaja Tiina Leppä-Peltolan mukaan lahtelainen Helmi Vuorelma Oy on monipuolinen kauppahuone, joka tarjoaa asiakkailleen ensiluokkaisia materiaaleja ja tuotteita. 100-vuotias Helmi Vuorelma Oy on vanhana yrityksenä Suomessa melko hyvin tunnettu. Erityisen tunnettu Vuorelma on suomalaisista kansallispuvuista, jotka ovat kuuluneet Vuorelman valikoimiin jo 1910-luvulta lähtien. (Kuva 8)



Kuva 8. Helmi Vuorelma Oy:n kutsukortit VUORELMA 100 -arjessa ja juhlassa näyttelyyn 1.10.-5.12.2009 Suomen Käsityön Museossa, Jyväskylässä.

⁵² Alexis 2008, 134

Leppä-Peltolan mukaan Vuorelmaa pidetään luotettavana toimijana ja heidän käsityömallinsa ohjeistus on selkeää ja huolella laadittua. Käsityötarvikepakkausina Vuorelma myy kansallispukujen ja tyynyjen ohella ryijyjä ja seinätekstiilejä. Leppä-Peltola kuvaa Vuorelman tuotteita muotokieleltään klassisiksi ja ajattomiksi. Toiminnassaan Vuorelma korostaa kotimaisuutta. Heidän käsityömateriaalinsa ja tuotesuunnittelunsa ovat lähes täysin kotimaisia, vain pari tuotetta tuodaan ulkomailta.⁵³

12.2 Kuluttajien miellelyhtymiä Helmi Vuorelma Oy:stä

Kyselyssäni selvitin kuluttajien miellelyhtymiä Helmi Vuorelma Oy:stä. Tieto siitä, mitä vastaajat ajattelevat Helmi Vuorelma Oy:stä, suuntasi tuotesuunnitteluani ja tuotemuotoiluani. Muotoilijan tulisikin nostaa Helmi Vuorelma Oy:hyn liitetyt positiiviset miellelyhtymät ja arvot tärkeään osaan ja pyrkiä muokkaamaan vastaajien negatiiviset miellelyhtymät positiivisiksi. (Taulukko 4)

Positiiviset miellelyhtymät Helmi Vuorelma Oy:stä / x kpl vastausta	Negatiiviset miellelyhtymät Helmi Vuorelma Oy:stä / x kpl vastausta
laadukas 22 kpl	kallis 16 kpl
kotimainen / suomalainen 7 kpl	vanhanaikainen 6 kpl
asiantunteva ja luotettava 6 kpl	keski-ikäinen 2 kpl
palveleva 5 kpl	vanhoillinen 2 kpl
tasokas 4 kpl	mummomainen 1 kpl
tyylikäs ja klassinen 4 kpl	joku postimyynti vihkonen 1 kpl
monipuolinen 4 kpl	myymälän sijainti hankalassa paikassa 1 kpl
vanha 3 kpl	
kauniita töitä 3 kpl	
paljon valikoimaa 2 kpl	
arvokas 2 kpl	
lämminhenkinen 2 kpl	
hyvät tuotteet 2 kpl	
mukava 1 kpl	
tunnelmallinen 1 kpl	
käsillä tekemisen ilo 1 kpl	
selkeä 1 kpl	
turvallinen valinta 1 kpl	
neuvova 1 kpl	

Satu itäpää 2009. Taulukko 4. Kuluttajien miellelyhtymiä Helmi Vuorelma Oy:stä.

Useissa vastauksissa esiin'yivät adjektiivien lisäksi sanat kansallispuku, ryijyt, villalangat, ristipistot, kirjonta ja perinnekirjonta. Lisäksi monissa vastauksissa esiintyi sana perinteinen, josta ei voi tietää ilman perusteluja onko

⁵³ Leppä- Peltola. Sähköposti. 8.2.2008

sanassa vastaajan mukaan positiivinen vai negatiivinen kaiku, täten perinteinen sana puuttuu taulukostani, vaikka se luki 28 vastauksessa. Olen kuitenkin huomionut perinteinen -sanan positiivisena miellelyhtymänä tuotesuunnittelussani, sillä suomalainen perinne ja suomalaiset juuret ovat mielestäni Helmi Vuorelma Oy:n kantava voima ja arvo.

Mielenkiintoista kyselyn vastauksissa oli mielestäni laadukkuuden ja kalleuden vastausten ristiriita. Laadukkuus ja kalleushan kulkevat yleensä käsikädessä. Ne tukevat toinen toisiaan. Halpoja tuotteita myyvä yritys luokitellaan harvoin laadukkaaksi ja päinvastoin. Positiiviset miellelyhtymät Helmi Vuorelma Oy:stä kuten tasokas, arvokas, lämminhenkinen, tyylikäs ja turvallinen valinta antavat muotoilijalle hyvät lähtökohdat lähteä suunnittelemaan uutta konseptia. Negatiivisista kommentteista miellelyhtymät vanhanaikainen, vanhoillinen ja mummomainen ovat adjektiiveja, joita minun muotoilijana oli pyrittävä uudessa 20-50-vuotiaille kuluttajille suunnittelemassani konseptissa välttämään tai muokkaamaan ne positiivisiksi miellelyhtymiksi.

12.3 Helmi Vuorelma Oy:n toiveet käsityötarvikepakkaukselle

Ensimmäisessä tapaamisessani Helmi Vuorelma Oy:n edustajien kanssa esittelin heille materiaali- ja tekniikkakokeiluitani, joiden pohjalta halusin heidän valitsevan ne valmistusmateriaalit ja tekniikat, joita alan tyynykonseptiissani kehittälemään. Osan kokeiluistani olin työstänyt sisustustyynyiksi, osan petivaatteiksi ja osa oli näytefletteereinä. Materiaaleina kokeiluissani olivat Vuorelmalle tyypilliset villa – ja pellavakankaat sekä omat kierrätetyt puuvillakankaani. Valmistus- ja koristelutekniikoina olin näytteissäni käyttänyt itselleni vahvimpia tekniikoita: huovutusta, vapaata konekirjottua taideparsintaa, tilkkutyötä, vanukirjontaa sekä katoaville tukimateriaaleille valmistettua pitsiä. Näytetyynyistäni ja petivaatteistani suuri osa oli neiliön tai suorakaiteen mallisia, mutta mukanani oli myös muutamia muodoltaan perinteisistä tyynyistä poikkeava tyyny. Näytteet olin valmistanut ennen kuin olin sopinut produktiostani Vuorelman kanssa, joten en ollut suunnitellut näytteitä erityisesti Vuorelma –henkisiksi: perinteisiksi, klassisiksi ja tyylikkääksi. Tyynyjen tekniikka, materiaali ja design perustuivat omiin toiveisiini uudenlaisista tee-se-itse sisustustyynyistä. (Kuvat 9- 14)

Itäpää, Satu-Maarit 2009. 2010-luvun sisustustyynyä käsityötarvikepakkausten muotoilu ja markkinointi-strategioita. Tee-se-itse-sisustustyynypakkaukset 'Kuplat' ja 'Letit' Helmi Vuorelma Oy:lle.



Satu Itäpää © 2009

Kuva 9. Tyynyt ja tyynyideat, joissa vapaavarrella valmistettua koneparsintaa.



Satu Itäpää © 2009



Satu Itäpää © 2009

Kuva 10. Tyynyt huovutusefektilä.

Kuva 11. Tyynyt kolmiulotteisella tilkkutyöefektilä.



Satu Itäpää © 2009



Satu Itäpää © 2009

Kuva 12. Tyynyt, joissa kangastussikuviointi ja käsin valmistettua kirjontaa.

Kuva 13. Tyynyt, joissa poikkeava kolmiulotteinen ydinmuoto.



Satu Itäpää © 2009

Kuva 14. Tyynyt ja tyynyideat, joissa katoaville tukimateriaaleille ompelukoneella valmistettua modernia pitsiä.

Ensimmäisistä näytteistäni Vuorelman edustajia kiinnostivat huovutetut ja käsin kirjatut näytteet. He kokivat myös mielenkiintoisena kolmiulotteisten tilkkutöiden ja koneella katoaville tukimateriaaleille valmistettujen verkko- maisten pitsien mahdollisuudet. Tekniikoista Vuorelman edustajien mukaan heidän nykyisiin tarjolla oleviin materiaaleihinsa ja heidän henkilökuntansa omaan tekniikkaosaamiseen parhaiten soveltuivat kuitenkin käsin valmistettavat kirjontamenetelmät ja kolmiulotteisen tilkkutyön mahdollisuudet. Katoaville tukimateriaaleille valmistettavat pitsituotteet ja huovutustuotteet olisivat vaatineet Vuorelmaa hankimaan valikoimiinsa aivan uudet käsityön valmistusvälineet ja materiaalit, kuten katoavat tukimateriaalit, ompelukoneen parsintapaininjalat ja huovutusvillan.

Tee-se-itse -sisustustyynykonseptien materiaaleiksi Vuorelman edustajat ehdottivat minulle villa- ja pellavakankaitaan, puuvillaista Aida -kangasta sekä villa- ja puuvillalankojaan. Heidän tarjoamistaan vaihtoehtoista

valitsin valkoisen sekä valkaisuherättävän Maraton –pellavakankaan (10 lankaa/cm ja valkoisen sekä valkaisuherättävän Tytti –pellavakankaan (8 lankaa/cm). Ne olivat ainoat pellavakankaat, joista oli saatavilla kahta eri sävyä ja niiden tuntu oli lempeän kotikutoinen. Pellavakankaita näkyy käsityötarvikepakkausina myytävissä sisustustyynyissä huomattavasti villakankaita harvemmin. Kumpikaan Vuorelman pellavakankaista ei sovellu vesipesuun suuren kutistumansa takia, joten molemmille kankaille suositellaan kemiallista pesua, kuten kaikille muillekin Helmi Vuorelma Oy:n kankaille. Huolitellun lopputuloksen ja tyynyn ryhdikkyuden vuoksi kannattaisin molempien pellavakankaiden vuorittamista edullisella puuvillakankaalla tyynyn valmistuksen yhteydessä. Vuori lisää hieman tuotteen hintaa, mutta auttaa pellavaa säilyttämään ryhtinsä. Ja näin ollen tekee tyynykonseptista entistäkin laadukkaamman ja huolitellumman.

Käsin valmistettavaa kirjontaa varten valitsin sisustustyynykonseptihini Vuorelman pehmeän ja ohuen Satakieli –villalangan, jota Vuorelmalla on myynnissä 64:ssä eri sävyssä. Villalangankin vesipesu on pulmallista etenkin, jos se on tuotteessa yhdistetty pellavaan ja puuvillaan, joiden pesulämpötila on hyvin erilainen villan pesulämpötilan kanssa. Täten Vuorelma suosittelee suunnittelemilleni tyynykonseptille kemiallista pesua, kuten perinteisestikin käsityötarvikepakkaustuotteille suositellaan. Kemiallisesti pesty tyyny säilyttää ryhtinsä, kokonsa, värinsä ja arvonsa vuosikymmeniksi eteenpäin.

Vuorelman edustajien ehdottamat tyynykonseptini tekniikat ja materiaalit ovat hyvin perinteiset suomalaisessa käsityötarvikepakkaustarjonnassa. Vuorelmalla tosin itsellään ei ole mallistossaan yhtään pellavakankaalle tehtyä tyynyä, eikä myöskään pellavakankaan ja villalankojen yhdistelmää. Olisin itse halunnut toteuttaa myös mahdolliset tyynyn kirjonnat tai koristelut pellavalangalla tai konekirjontalangalla, mutta harmikseni pellavalangat eikä efekti- tai konekirjontalangat kuuluneet Vuorelman materiaalitarkintaan.

13 MINIMALISTISEEN SISUSTUKSEEN SUUNNITELLUN TEE-ITSE -TYYNYKONSEPTIN LÄHTÖKOHDAT JA HAASTEET

” Yksinkertainen on parempi kuin monimutkainen.

Järjestys on parempi kuin sekasorto.

Kevyt on parempi kuin painava.

Yksivärinen on parempi kuin kirjava.

Harmonia on parempi kuin ristiriita.

Tasapainoinen on parempi kuin korostettu.

Jatkuvuus on parempi kuin vaihtuvuus.

Itsestään selvä on parempi kuin etsimällä etsitty.

Niukkuus on parempi kuin runsaus.

Puolueeton on parempi kuin hyökkäävä.

Vähän elementtejä on parempi kuin monta.

Järjestelmä on parempi kuin erilliset elementit.” ⁵⁴

13.1 Suunnittelun lähtökohdat

Moodboardista ja fiktiivisistä asiakasprofiileista Helmi Vuorelma Oy:tä kiinnostivat uutena asiakassuhteena eniten kierrättäjähenkisen ja minimalistisen sisustustyylin edustajat. Minimalistisen sisustustyylin edustajien asiakasprofiili (katso luku 9.2) sopi kuitenkin kierrättäjähenkisen tyylin edustajien persoonaa paremmin Vuorelman toiveisiin uudesta asiakasryhmästä. Minimalistisen tyylin edustajien esittämät toiveet uudelle sisustustyynykonseptille sopivat myös kierrättäjähenkisen tyylin edustajien toiveita paremmin Vuorelman visuaaliseen tyyliin ja materiaali-, tekniikkaosaamiseen sekä väritarjontaan. Vuorelman edustajat esittivät minulle toiveen sisustustyynykonseptista, jossa tavallinen selkeästä ja minimalistisesta tyylistä kiinnostunut kuluttaja pääsisi osalliseksi hyvästä muotoilusta, laadukkaista materiaaleista ja omin käsin tekemisen riemusta. He toivoivat myös, että minimalistisen kuluttajan ohella tyynykonseptista voisi kiinnostua myös muiden tyylien edustajat, kuten heidän tyypilliset asiakkaansa, jotka suosivat maalaisromanttista tyyliä.

⁵⁴ Rams 1985, 88

Kyselyssäni esiintyneistä minimalistisen sisustustyylin edustajien toiveista Vuorelman edustajat poimivat muutamia tuotekehitysideoita, joita he halusivat minun painottavan sisustustyynytarvikepakkauksen suunnittelussa. Näitä tuotekehitysideoita olivat tynnyjen selkeä, pelkistetty, ajaton ja harmoninen tyyli sekä helppo ja nopea työstötekniikka, joka sopisi variaatioineen eritasoisille tekijöille. (Katso luku 11.3) Nämä tuotekehitykselliset toiveet soveltuvat hyvin Vuorelman identiteettiin sekä minun ja kuluttajien käsitykseen käsityötarvikepakkausten uudistamisen tarpeesta. Koska minimalistista tyyliä arvostavalle kuluttajalle suomalaisuus merkitsee paljon, tuli suomalaisen muotoilun niukka ja eleetön visuaalisesti kestävä ilme olemaan tavoitteeni tynnykonseptini luomisessa. Olen kirjannut omia suomalaisen muotoilun miellelyhtymiäni taulukkoon 5.

Omat positiiviset miellelyhtymät suomalaisesta muotokielestä	Mielikuvieni vastakohtat
eleetön, niukka ilmeinen, hallittu	kukertavan kirjava, kaikki elämäni unelmat samassa tuotteessa
visuaalisesti kestävä	miellyttää aisteja vain hetken
laadukas materiaali	heikkolaatuinen materiaali
kestävä rakenne, käyttökelpoinen	heikko rakenne
ajaton, tyylipuhdas	hetkellinen trendikkyys
käytännöllinen	epäkäytännöllinen
niukasti yksityiskohtia	runsaasti yksityiskohtia
suoraviivainen	kiekurainen, rimpsuinen
puhdas	sotkuinen
luonnollinen	tekemällä tehty
helposti lähestyttävää	vaikeasti lähestyttävää
lämmin	kylmä
rauhallinen	hyökkäävä
perinteestä kumpuava	globaali
eettinen	epäeettinen
arkkitehtuurinen	tyylitön kyhäelmä
omaperäinen, tutkiva ote	muilta kopioitu idea

Satu Itäpää 2009. Taulukko 5. Mielleyhtymät suomalaisesta muotokielestä.

Tynnyprototyypini teemaksi valitsin ”yhdessä viikonlopussa valmis tee-se-itse -sisustustyyny”. Käyttäjätutkimukseni vastausten mukaan nykypäivän tiivis ja hektinen ansiotyö uuvuttaa ihmiset niin, ettei pitkäkestoisille ja haasteellisille käsityöprojekteille ole aikaa eikä mielenkiintoa. Lyhyt

aikainen ja helppo käsityö sen sijaan auttaa ihmistä voimaantumaan ja pääsemään edes hetkeksi irti arjen pyöryksestä.

Muodoltaan ensimmäiset tyynyprototyypini olivat yhtä prototyyppiä lukuun ottamatta minimalistisen sisustustyylin edustajien esittämien toiveiden mukaisesti neliön sekä suorakaiteen muotoisia ja kooltaan sovellettavissa 50 cm x 50 cm sohvatyynystä 80 cm x 80 cm lattiatyynyksi. Tyynyjen varsinaisiin kirjontakuvioihin en vielä ensimmäisissä prototyypeissäni paneutunut, sen sijaan työstin suunnitelmissani erilaisia kaksi- ja kolmiulotteisia tapoja, joissa Vuorelman pellavakankaat ja villalangat pääsevät oikeuksiinsa. Pysin myös saamaan tyynyihin uudenlaista pelkistetympää ja kolmiulotteisempaa ilmettä suhteessa Vuorelman aiempaan tarjontaan.

Ensimmäiset prototyypit on valmistettu sekä Vuorelman materiaaleista, että omista materiaaleistani. Prototyypini värit, mittasuhteet ja muodot eivät ole loppuun asti harkittuja, vaan ne on työstetty sen hetkisten ajatusteni, kangastilkkujeni koon ja määrän sekä kirjontalankavalikoimieni mukaisesti. Tärkeintä prototyypien valmistuksessa oli selvittää itselleni innovoimieni tekniikoiden toimivuus käytännössä ja tuottaa Vuorelman edustajille jotain käsin kosketeltavaa tuotekehityskeskustelumme.

Jokaisen prototyypini taustaan ja ideointiin liittyvät ajatukseni olen kirjannut sitaatteihin kunkin prototyypin esittelyn yhteyteen. Tätä sitaattia voisi hyödyntää tyynykonseptieni markkinoinnissa tuotemielikuvien luomisessa. Ajatukseni onkin, että jokaisen tyynyn ja tarvikepakkauksen yhteydessä olisi pieni kirjanen, jossa kerrottaisiin tuotteen hoito-ohjeiden ohella tuotteen materiaalista, Vuorelman historiasta sekä tuotteen suunnittelijasta ja tuotteen suunnitteluun vaikuttaneista mielikuvista. Tarinoiden myötä tuotteesta tulisi ystävä, jolla on historiansa ja persoonansa.

Perinteisistä käsityötarvikepakkauksina myytävistä sisustustyynyistä poiketen suunnittelin kaikkiin tyynyihini Vuorelman logolla varustetun merkin, jonka taustapuolelle tyynyn valmistaja voi signeerata teoksensa. Logomerkkin lisäksi suunnittelin prototyypeihini piilovetoketjun takakappaleen keskisaumaan. Perinteisesti käsityötarvikepakkauksina myytävissä sisustustyynyissä ei vetoketjua ole, vaan tyynyn tekijä ompelee pienin pistoin

tyynyn kääntöaukon käsin kiinni. Piilovetoketju on erittäin laadukas ja huo-
maamaton vetoketju, joka helpottaa tyynyn päällisen poistoa sen pesun tai
tuuletuksen ajaksi. Piilovetoketju on tavallista vetoketjua helpompi ommella,
mutta koska epäilin, että asiakkaat mieltäisivät vetoketjun ompelun hanka-
laksi, ehdotin Vuorelmalle, että vetoketju ommeltaisiin Vuorelmalla tyynyn
takakappaleeseen valmiiksi.

Ensimmäisistä tyynykonseptini ideoista valmistin prototyypit. Näille proto-
typeille annoin nimet Saippuakuplat, Pylväät, Letit, Kumpareet, Yhdessä ja
Olio. Yhdenkään prototyypini muoto ei kuvannut mitään suoraan, vaan
tarkoitukseni oli antaa muodon johdatella tekijänsä hänen alitajuisiin
tunnelmiinsa ja toiveisiinsa. Toiveeni on, että muotoilemassani tyynykon-
septissa olisi häivähdys rauhasta ja että tekijälle tulisi tunne siitä, että itse
valmistettu tuote on arvokas ja upea vaikka touhuaisikin tavallista vähem-
män. Mitään huutavaa päälle liimattua luksusta en tyynykonseptiini halua,
vaan haluan, että tuotteiden arvo syntyy tekijän henkilökohtaisesta suhtees-
ta itse valmistettuun tuotteeseen.

Minulle oli tärkeää suunnitella ensimmäisillekin prototyypeille useita erilaisia
variointimahdollisuuksia. Tällöin asiakas voisi valita mallista mieleisensä to-
teuttaen sen itselleen tyypillisin värein sekä muokaten mallia asettamissani
raameissa täysin oman näköisekseenkin. Minimalistisen tyylin edustajat ei-
vät varsinaisesti toivoneet tyynykonseptiin oman itsenäisen suunnittelun
mahdollisuutta, mutta koska itse haluan nähdä käsityön valmistajan subjek-
tina objektin sijaan, haluan antaa malleissani mahdollisuuden myös tekijän
omille ideoille. Haluan tarjota suitset asiakkaalle ja toivoa, että jotkut asiak-
kaat uskaltavat niihin myös tarttua.

Kaikkiin suunnittelemiini prototyyppeihin oleellisena osana kuuluu myös yh-
teisöllisyys. Suunnitelmani yhteisyydestä pohjautuu palautepalstaideaan,
jota voisi Vuorelman verkkokaupan yhteydessä pitää. Palautepalstalle asi-
akkaat voisivat lähettää kuvia valmistamistaan tyynyistä, vaihtaa ajatuksi-
aan ja pyytää ohjeita käsitöiden valmistamiseen. Palsta ruokkisi asiakkai-
den omia ideoita ja toimisi Vuorelmalle hyvänä myyntikanavana.

13.2 Sisällön ja tyylin haasteet

Paperinarutekstiileistään tunnetun Woodnotesin toimitusjohtaja Mikko Puotilan mukaan asiakas on osattava yllättää myönteisesti. Asiakkaan ajatuksia pitää osata lukea kuin rivien välistä ja tiedostaa hänen toiveensa jo ennen häntä itseään.⁵⁵ Tässä konseptissani uskon, että minimalistisen sisustustyylin edustajan tiedostamaton toive on omin käsin tekemisen kokemuksen hankkiminen.

Haasteita uudelle tee-se-itse -sisustustyynykonseptille teetti se, että halusin sen olevan tyyliään ja mahdollisesti myös markkinointitavoiltaan tunnistettavasti erilainen kuin edeltäjänsä, unohtamatta kuitenkaan sitä, että asiakkaan on tunnistettava tuote Vuorelman brändin alla myytäväksi käsityötarvikepakkaukseksi.

Sisustustyynykonseptini kuvioinnin sommittelussa pyrkimykseni oli luoda kuviointi, joka poikkeaisi täyteläisestä painokangastyylistä, jota kauppojen valmistyynyissä runsain määrin esiintyy. En myöskään halunnut, että tyynyissä näkyisi liiallista taidollista keikarointia. Muotoilijana minulle oli myös haastetta siinä, kuinka estäisin tyynykonseptini tyyntyjen hukkumisen seesteisyydellään minimalistin harmoniseen ja pelkistettyyn sisustukseen ja nykypäivän tavarapaljouteen kuin pisara mereen. Vuorelman pintastruktuurittomat palttinasidoksiset valkoiset ja luonnonväriset pellavakankaat eivät itessään juurikaan luo luonnonväriin pohjautuvassa minimalistisessä ympäristössä tai näyteikkunan valokeilassa ympärilleen dynamiikkaa.

Minimalistiselle kuluttajalle suunniteltaessa oli varottava, ettei tyynty kuvioinnistakaan tullut mitään sanomattoman tylsää. Tyyntykonseptin oli oltava omintakeinen mutta ei outo. Tyyntykonseptin kuviointi ei saanut mielestäni myöskään näyttää liian valmiilta tai liian viimeistellyltä. Kaj Frank on sanonut, että kuvioinnin epätäydellisyys on parhaimmillaan viesti käyttäjälle, impulssi hänen omalle ajattelulleensa ja toiminnalleen.⁵⁶ Puotilan mukaan

⁵⁵ Puotila 2000, 71

⁵⁶ Franck 1989, 11

tuotteen idean tulee olla myös yksittäistä tuotetta kattavampi⁵⁷. Tarkoitukseni olikin rakentaa saman idean pohjalta koko konsepti. Halusin paneutua tyynykonseptissani myös asiakkaan palvelukokemuksen parantamiseen ja käsiyötarvikepakkausten uudenlaisen markkinointistrategian kehittelyyn.

Tuotteen oli oltava houkutteleva niin tyylinsä ja kuviointinsa näkökulmasta, kuin käsityön tekniikkaharjoittelunkin näkökulmasta. Kun käsityöntekijän taidot ovat vielä vähäiset, pitäisi tehtävien ja harjoitusten olla suhteellisen helppoja, mutta kuitenkin niiden tulisi olla sopivan haastavia, jotta työnteko on mielekästä. Muotoilijalle tämä asetti suuren haasteen.

14 ”BRAINSTORM” -POHJALTA TEHDYT TEE-SE-ITSE - TYYNYKONSEPTIN PROTOTYYPIT MINIMALISTISEEN SISUSTUKSEEN

” Muotoilijan perustehtäviä on kyseenalaistaa olemassa olevia ratkaisuja, etsiä uusia tilalle ja muuttaa tuote paremmaksi. Suunnittelussa on siksi varattava tilaa ja aikaa kokeiluille. Koska prosessissa hahmotetaan jotakin vasta tulossa olevaa, ongelmakenttä on avoin ja alkuvaiheessa vielä osin epämääräinen.”⁵⁸

14.1 Saippuakuplat

Tuotekehitykseni tarvitsee aina prototyypin, jossa voin todeta ideoideni ja tekniikoiden toimivuuden, käytettävyyden ja visualisuuden käytännössä. Minun pitää tuntea tuotteen valmistusmateriaali käsin ja itse työstäen. Työni elävät tehdessä. Toimin vahvasti Brainstorm –menetelmällä eli annan suunnitelmani ja työni elää työskennellessäni sallien aluksi hulluillekin mielihaluille ja ideoille mahdollisuuden niitä millään lailla rauhoittelematta. Muotoiluprosessointi toimii minulla yhtä useasti työprosessissa kuin lepotilassa. Käsistäni syntyy paperille harvoin piirroksia tai esityskuvia. Sen sijaan sanat ja lyriikka johon suunnitelmani pohjaavat ovat minulle tuotekehityksessä elinehto.

⁵⁷ Puotila, 2000, 71

⁵⁸ Vihma 2008, 9

”Ja puhaltaessani kuplat leijuvat kevyesti kuin ajatukseni. Suurina tai pieninä, hohtavina tai huomaamattomina. En halua ottaa niitä kiinni, niiden ei tarvitse särkyä. Minun ajatukseni, minun maailmani.”



Satu Itäpää © 2009

Kuva 15. Saippuakupla-mallin ensimmäinen prototyyppi.

Saippuakupla-tyynysarjan pohjimmaisena ideana suunnittelussani oli kahden erivärisen pellavan ja villalankakirjailun vastavärien liitto. (Kuva 15) Jaoin tyynyn kannen kolmeen osaan. Ajatukseni oli, että asiakas voi oman mieltymystensä mukaan valita tyynyn kirjonnin pohjaväriksi joko luonnonväri-valkoinen-luonnonväri – yhdistelmän tai valkoinen-luonnonväri-valkoinen – yhdistelmän. Kolmijakoisuus mahdollistaa tyynyn koon varioinnin sohvatyynystä lattiatyynyksi, koska tällöin Vuorelman Tytti –kankaan 45 cm:n leveys ei muodostu koon suhteen rajoittavaksi tekijäksi. Tyynyn takakappaleen olin suunnitellut yksiväriseksi, mutta kahdesta osasta koostuvaksi, koska takakappaleen keskellä kulkee piilovetoketju.

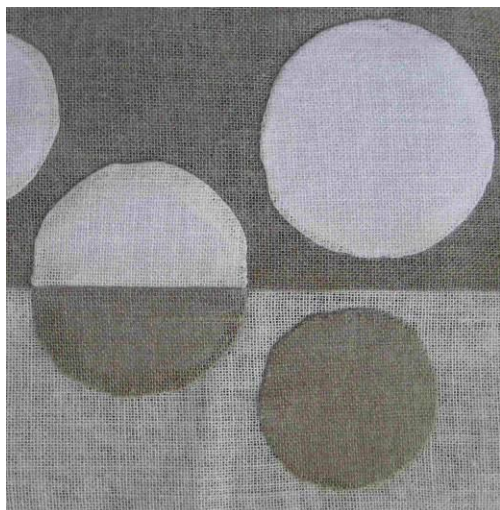
Saippuakupla –tyynysarjan kuvioinnin asiakas voisi sommitella itse. Pakkauksen ohjeliitteen mukana tulisi muutama A4 paperiarkki, jossa on

piirrettynä eri kokoisia ympyröitä, jotka asiakas voi itse sommitella tyynypintaan haluamallaan tavalla. Ohjeliitteessä olisi toki myös muutama itse sommittelemani malli niille tekijöille, joille itsenäinen sommittelu tuottaa liian paljon päänsärkyä. Ajatuksenani oli, että tyynyn kuvioinnin voisi toteuttaa joko kirjojen (Kuva 15) tai applikoimalla pallokuvioita pohjan päälle vastavärein Vuorelman Tytti-pellavakankaalla, valkoinen pala luonnonvärisen päälle ja luonnonvärinen pala valkoisen päälle (Kuva 16). Kirjontavaihtoehdossa asiakas voisi itse valita haluamansa värit ja sävyt Vuorelman Satakieli villalankakartasta. Molemmissa tapauksissa asiakas voisi valmistaa saippuakuplia valitsemansa määrän oman suunnitelmansa ja jaksamisensa mukaan. Alustavasti olen suunnitellut antavani asiakkaalle itsemääräämiskeuden Vuorelman Satakieli –villalankojen suhteen. Räväkkyyttä kaipaava kuluttaja voi valita suunnittelemini malleihin kirkkaamman ja kirjavamman värityksen sekä runsaammat ja täyteläisemmät kuvioinnit ja päinvastoin. Tuotteen dynamiikka on siis osittain asiakkaan omien halujen päätettävissä.

Jos asiakkaalle käsin valmistettava kirjonta tai applikaation ompeleminen käsin tai koneella on liian työlästä, Saippuakupla –tyynysarjasta on mahdollista valmistaa myös malli, jossa kuvion toteutukselle annetaan täysin vapaat kädet. Tätä mallia kutsun Blankoksi. Tällöin esimerkiksi tyynyn tekijä voi piirtää, painaa tai maalata haluamansa kuvion tyynyyn kangastussilla tai omistamallaan kankaanpainoväreillä. (Kuva 17) Blanko-tyynypakkauksessa hän ostaa siis vain tyynyyn tarvittavat kankaat ja mahdollisesti takakappaleeseen valmiiksi ommellun piilovetoketjun. Nimitänkin uudenlaista käsityöpakkauksideani ositetuksi pakkaukseksi, jolloin asiakas voi itse vaikuttaa tuotteen malliin ja ostaa vain ne tuotteen osat, joita hän omaan malliinsa tarvitsee ja joista hän haluaa maksaa.

Omasta mielestäni Saippuakupla –tyynysarja ja siitä juontuva Blanko-tyyny ovat kehittämissä arvoisia. Kolmijakoisuuden suhteita voisi vielä muokata, jotta keskialueelle jäisi enemmän kuviointialaa, vaikkakin ideana on, että kuvioitukset voivat jatkua kankaan leikkausrajojen yli. Kolmijakoisia tyynyjä tai ylipäätään kahdesta pohjaväristä koostuvia käsityötarvikepakkausina myytäviä sisustustyynyjä ei Suomen markkinoilla ole perinteisesti ollut. Tyynyn

ajattoman tyylin ja kuvioinnin uskon myös miellyttävän minimalistista tyyliä edustavia kuluttajia.



Satu Itäpää © 2009



Satu Itäpää © 2009

Kuva 16. Yksityiskohta applikoidusta Kuplat- näytteestä.

Kuva 17. Poikani Akselin, 5 v. suunnittelema tyynyn kuviointi "Merirosvo", joka on kirjottu villalangalla kangastussilla piirretyn kuvion päälle.

14.2 Pylväät

Pylväät -tyynysarjan pohjimmaisena ideana suunnittelussani oli kahden eri värisen pellavan ja kolmiulotteisuuden liitto. (Kuva 18) Ajatuksenani oli, että asiakas voi omien mieltymystensä mukaan valita joko luonnonvärisen pohjan, jossa on valkoisia kolmiulotteisia pylväitä tai valkoisen pohjan, jossa on luonnonvärisiä pylväitä. Pylväät -tyynysarjan suunnittelin valmistettavaksi eräänlaisena kolmiulotteisena tilkkutyönä Vuorelman Maraton – pellavakankaasta, joka on leveydeltään 145 cm leveää. Tyynyn takakappaleen olin suunnitellut kaksiulotteiseksi ja yksiväriseksi, mutta kahdesta osasta koostuvaksi, koska takakappaleen keskellä kulkee piilovetoketju.

*"Sateen jälkeen kadut lyhtypylväineen kutsuvat minua luokseen. Ilman raik-
kaus ja valojen leikittelevät säteet juovuttavat minut, kuin rantakoivikkoa
pitkin kävelisi uuteen puhtaampaan maailmaan. "*



Satu Itäpää © 2009

Kuva 18. Pylväs-mallin ensimmäinen prototyyppi.

Pylväät –tyynysarjan asiakas toteuttaisi ommellen tai ommellen ja kirjoen. Hän voisi oman suunnitelmansa mukaisesti toteuttaa tyynyn kuusi pylvästä joko asetellen ne tyynynpäälliseen rinta rinnan tai pienin välimatkoin kuten kuvan 18 prototyypissä. Halutessaan tyynyn tekijä voisi jättää myös osan kolmiulotteisista pylväistä pois ja toteuttaa ne kaksiulotteisin raitoina.

Pylväät -tyynyn kirjonnassa asiakas voisi sommitella itse. Kirjonta voisi kulkea pylväiden suuntaisesti tai vaakasuorasti pylväisiin nähden. Kirjonnassa voisi mukaila vaikkapa valon ja varjon leikkiä tai erilaisten puunrunkojen kuvioita. Ohjeliitteessä olisi kirjonnassa pisto- ja tekniikkaohjeita sekä muutama itse sommittelemani kirjontamalli niille tekijöille, joille itsenäinen suunnittelu tuottaa liiaksi päänvaivaa. Kirjontaan asiakas voi itse valita haluamansa värit ja sävyt Vuorelman Satakieli –villalankakartasta. Asiakas valmistaisi

kaikki kirjonnat vaihtoehtoisesti yhdellä värillä tai sen useammalla eri sävyllä. Molemmissa tapauksissa asiakas valmistaisi kirjontaa valitsemansa määrän oman jaksamisensa mukaan. Pylväät –tyynysarjakin olisi ns. ositettu pakkaus, jossa asiakas voi itse vaikuttaa tuotteen malliin ja ostaa vain ne tuotteen osat, joita hän omaan malliinsa tarvitsee ja joista hän haluaa maksaa.

Omasta mielestäni Pylväät–tyynysarja on tyynysarjoistani mielenkiintoisin ja uudenlaisin. Mielikuvissani se on myös hyvin minimalistista tyyliä arvostavien toiveiden mukainen. Pylväiden suhteita voisi kuitenkin vielä muokata. Kolmiulotteisia tyynyjä tai ylipäätään kahdesta pohjaväristä koostuvia käsityöpakkausina myytäviä sisustustyynyjä ei Suomen markkinoilla ole perinteisesti ollut. Vain Wetterhoffin Woolfix –tyynysarjassa on kolmiulotteisuutta, mutta tyynysarjan materiaali, valmistustekniikka ja tyyli ovat kuitenkin täysin erilaisia kuin Pylväät –tyynysarjan (kts. kohta 4).

14.3 Letit

Letit -tyynysarjan pohjimmaisena ideana suunnittelussani oli yksivärisen pellavan ja villalankalettien sekä solmeilujen liitto. (Kuva 19) Tässä tyynysarjassa jaoin suorakaiteenmallisen tyynyn kannen kolmeen osaan. Ajatuksenani oli, että asiakas voi omien mieltymystensä mukaan valita joko luonnonvärisen tai valkoisen tyynyn. Tyynyn pinnan kolmijakoisuus mahdollistaa tyynyn koon varioinnin sohvatyynystä lattiatyynyksi, koska tällöin Vuorelman Tytti –kankaan 45 cm:n leveys ei muodostu koon suhteen rajoittavaksi tekijäksi. Lisäksi kolmijakoisuus mahdollistaa lettien ja erilaisten solmeilujen sijoittelun tyynynkannen saumojen väliin. Tyynyn takakappaleen olin suunnitellut yksiväriseksi, mutta kahdesta osasta koostuvaksi, koska takakappaleen keskellä kulkee piilovetoketju.

Letit –tyynysarjan kuvioinnin asiakas voisi sommitella itse. Kuvioinnin voi muodostaa vain erilaisten lettien, punosten tai solmeilujen avulla tai yhdistäen lettejä, punoksia, solmeiluja ja käsin kirjontaa. Ohjeliitteessä olisi erilaisia letitystä, punontaa ja solmeilumalleja, joilla tyynyn koristelut voi toteuttaa.

” Nykypäivän Eloveena-tyttö istuu vieressäni ruuhkabussissa. Katsoo ohi viilettävää maisemaa ja hymyilee. Lähileipomom ohraleipä ja pullaletti pilkistävät kassista soijarouheen vierestä. Ja puhelin soi. Tänään syödään spagettia, tyttö sanoo soittajalle, olen kohta kotona. ”



Satu Itäpää © 2009

Kuva 19. Letit-mallin ensimmäinen prototyyppi.

Ohjeliitteessä olisi myös muutama itse sommittelemani malli niille tekijöille, joille itsenäinen sommittelu tuottaa liiaksi päänvaivaa. Kuviointiin asiakas voisi itse valita haluamansa värit ja sävyt Vuorelman Satakieli – villalankakartasta. Asiakas voisi valmistaa lettejä, solmeiluja ja kirjontaa valitsemansa määrän oman suunnitelmansa ja jaksamisensa mukaan.

Omasta mielestäni Letit –tyynysarja on kehittelemisen arvoinen. Siinä on jotain perin suomalaista ja alkukantaista, koska tyynyn muotokieli on hyvin pelkistetty ja yksioikoinen. Kolmijakoisuuden suhteita voisi vielä muokata, jotta keskialueelle jäisi enemmän kuviointi alaa, vaikkakin ideana onkin, että kuviot voisivat jatkua myös saumojen yli. Letein, punoksin tai solmeiluin koristeltuja käsityöpakkausina myytäviä sisustustyynyjä ei Suomen markkinoilla ole perinteisesti ollut. Myös suorakaiteen muoto on

käsityötarvikepakkauksina myytävissä sisustustyynyissä harvinainen. Tyynyn ajattoman tyylin ja kuvioinnin uskon myös miellyttävän minimalistista tyyliä edustavia kuluttajia.

14.4 Kumpareet

Kumpareet -tyynysarjan pohjimmaisena ideana suunnittelussani oli yksivärisen pellavan ja kolmiulotteisuuden liitto. (Kuvat 20 ja 21.) Ajatuksenani oli, että asiakas voi omien mieltymystensä mukaan valita joko luonnonvärisen tai valkoisen pohjan, jolle hän ompelee tilkkutyön menetelmin haluamansa määrän täyttämättömiä (kuva 20) tai vanulla täytettyjä (kuva 21) kumpareita.

”Laskettelurinteessä helmikuussa. Maa on jäässä, mutta aurinko lämmittää jo. Kumpujen takaa odotan pilvien saapuvan, vaikka kesään on vielä matkaa.”



Satu Itäpää © 2009

Kuva 20. Kumpareet -mallin ensimmäinen prototyyppi, jossa täyttämättömät kumpareet.

Kumpareet -tyynysarjan suunnittelin valmistettavaksi Vuorelman Maraton –pellavakankaasta. Tyynyn takakappaleen olin suunnitellut yksiväriseksi ja kaksiulotteiseksi, mutta kahdesta osasta koostuvaksi, koska takakappaleen keskellä kulkee piilovetoketju.

Kumpareet –tyynysarjan asiakas voi toteuttaa joko ommellen tai ommellen ja kirjoen. Kirjonnan asiakas voisi sommitella itse. Ohjeliitteessä olisi myös muutama itse sommittelemani kirjontamalli niille tekijöille, joille itsenäinen suunnittelu tuottaa liiaksi päänsäivää. Lisäksi ohjeliitteessä olisi ohjeet erilaisten kirjontapistojen valmistamiseen. Kirjontavaihtoehdoissa asiakas voisi itse valita haluamansa värit ja sävyt Vuorelman Satakieli –villalankakartasta. Asiakas voi valmistaa kirjonnat vaihtoehtoisesti yhdellä värillä tai sen useammalla eri sävyllä. Molemmissa tapauksissa asiakas valmistaisi kirjontaa valitsemansa määrän oman suunnitelmansa ja jaksamisensa mukaan. Kumpareet –tyynysarjakin olisi ns. ositettu pakkaus, jossa asiakas voi itse vaikuttaa tuotteen malliin ja ostaa vain ne tuotteen osat, joita hän omaan malliinsa tarvitsee ja joista hän haluaa maksaa.



Satu Itäpää © 2009

Kuva 21. Kumpareet -mallin toinen prototyyppi, jossa täytetyt kumpareet.

Omasta mielestäni myös kolmiulotteinen Kumpareet –tyynysarja on tuotekehittelyn arvoinen. Kumpare -tyynysarjassa tekijä saa oivalluksia kolmiulotteisten kuvioiden valmistamisesta ja ahaa-elämyksiä tuotteen valmistustekniikan helpoudesta. Tämä tyynysarja soveltuu mielestäni hyvin juuri minimalistille. Kumpareiden kokoa, määrää ja niiden suhteita voisi jatkokehittämissä muokata ja villalankakoristeluja innovoida lisää.

14.5 Yhdessä

Yhdessä -tyynysarjan pohjimmaisena ideana suunnittelussani oli yksivärisen pellavan, asiakkaan omien kankaiden ja villalankakirjailun liitto, johon asiakas voi halutessaan yhdistää myös kolmiulotteisuutta. (Kuva 22)

” Ystäväni –kirja, lapsuuteni facebook. Muistona säilynyt. Lapsen unelmat, lapsen todellisuus. Mitähän elämä on kullekin antanut, mihin kohtalo ohjannut? Kirjan sivuilta välittyvä vahva tulevaisuuden usko.”



Satu Itäpää © 2009

Kuva 22. Yhdessä -mallin ensimmäinen prototyyppi.

Ajatuksenani oli, että asiakas voi omien mieltymystensä mukaan valita tyynyn joko luonnonvärisen tai valkoisen pohjakankaan. Tyynyn takakappaleen olin myös suunnitellut yksiväriseksi, mutta kahdesta osasta koostuvaksi, koska takakappaleen keskellä kulkee piilovetoketju. Yhdessä -tyynysarjan suunnittelin valmistettavaksi Vuorelman Maraton –pellavakankaasta ja asiakkaan omista kierrätetyistä tai uusista kankaista. Ihanteeni olisi, että Yhdessä -tyynyyn valituilla kankailla olisi jokin muisto tai tarina kerrottavanaan. Yhdessä –tyynysarjan kuvioinnin asiakas voisi sommitella itse. Ohjelmassa olisi myös muutama itse sommittelemani malli niille tekijöille, joille itsenäinen sommittelu tuottaa liiaksi päänsäiväystä, sekä mallikartta erilaisille käsin valmistettaville kirjontapistoille.

Ajatuksenani oli, että Yhdessä -tyynyn kuvioinnissa esiintyvät ihmisfiguurit voisi toteuttaa kirjomalla, ompelemalla tai kirjomalla ja ompelemalla. Kirjontaan asiakas voisi itse valita haluamansa värit ja sävyt Vuorelman Satakielin –villalankakartasta. Ompeluvaihtoehdossa tyynyn tekijä voi joko applikoida kaksiulotteiset ihmisfiguurit tyynyn pintaan tai ommella figuurit kolmiulotteisiksi hahmoiksi ja täyttää ne vanulla. Kaikissa tapauksissa asiakas valmistaisi ihmisfiguureja valitsemansa määrän oman suunnitelmansa ja jaksamisensa mukaan. Ommeltavissa vaihtoehdoissa asiakas käyttää ihmisfiguureihin omia kankaitaan. Vanulla täytettävät kolmiulotteiset figuurit on mahdollista valmistaa niin, että figuureihin ja pohjakankaaseen kiinnitetään tarranauhan palaset. Tämä mahdollistaa figuurien vaihtelun vaikka sesongin mukaan sekä figuureilla leikkimisen mahdollisuuden. Yhdessä –tyynysarjaa voi myös kutsua ositetuksi pakkaukseksi, jota olisi mukava toteuttaa vaikka lastenkin kanssa.

Omasta mielestäni Yhdessä –tyynysarja on kehittelemisen arvoinen, mutta toisaalta se saattoi olla liian naivistinen ja kierrättäjähenkinen minimalistisen kuluttajan makuun. Tämän tyyllisiä käsityöpakkauksina myytäviä sisustustyynyjä ei Suomen markkinoilla ole perinteisesti ollut, joten idealle voisi olla tilausta. Yhdessä –tyynysarjan jatkokehittämisessä ihmisfiguurit voisi myös vaihtaa esimerkiksi erilaisiksi taloiksi, eläimiksi, kummituksiksi jne., joista asiakas voi valita mieleisensä mallin oman tahtonsa mukaan.

14.6 Olio

Olio-tyynysarjan pohjimmaisena ideana suunnittelussani oli kahden erivärisen pellavan ja ameebamaisten muotojen liitto. Jaoin tyynyn kannen useaan erilliseen osaan, jotka yhdistetään toisiinsa pienin pistoin asiakkaan haluamalla tavalla. (Kuva 23)

” Näin lapsen kanssa kiviä. Ihan tavallisia kiviä, minä ajattelin. Kunnes kuulin kun ne alkoivat puhua. Lapsen suulla esittäytyivät. Mörkökivi, Peikkokivi, Hottentottikivi. Lintukivi, Kalakivi ja Karhukivi. Ukkokivi, Akkakivi ja Lapsikivi. Sekä Tuusantytteli, Huusahytteli ja Näärännäppyli.”



Satu Itäpää © 2009

Kuva 23. Olio -mallin ensimmäinen prototyyppi.

Ajatuksenani oli, että asiakas voisi omien mieltymystensä mukaan valita Olion pääväriksi joko luonnonvärisen tai valkoisen pellavan. Oliolla olisi muista suunnittelemistani tyynyistä poiketen vain yksi koko. Oliossa ei myöskään ole muille suunnittelemilleni tyynyille tyyppillistä piilovetoketjua,

vaan kaikki olion erilliset osat täytetään erikseen ja täyttöaukot ommellaan perinteiseen tapaan pienin piilopistoin umpeen. Olio toteutettaisiin Vuorelman Maraton - pellavakankaasta.

Olio –tyynysarjan kuvioinnin asiakas voisi suunnitella itse. Tyynyn kuvioinnissa voisi käyttää erilaisia kirjontapistoja, lettejä, solmeiluja, piirtämistä jne. Ohjeliitteessä olisi muutama itse suunnittelemani valmis malli niille tekijöille, joille itsenäinen sommittelu tuottaa liaksi päänvaivaa. Olio tyynysarjan kuviointiin asiakas valitsisi haluamansa värit ja sävyt Vuorelman Satakieli – villalankakartasta tai omista materiaaleistaan.

Olio -tyynysarja soveltuisi mielestäni hyvin minimalistisen kodin lastenhuoneeseen. Olio- tyynysarja olisi myös mielenkiintoinen valmistettavaksi yhdessä lapsen kanssa. Omasta mielestäni Olio –tyynysarja on kehittelemisen arvoinen. Olion suhteita ja muotoa voisinkin kuitenkin vielä muokata. Olio –tyynysarjan tyyliä käsityöpakkauksina myytäviä sisustustyynyjä ei Suomen markkinoilla ole perinteisesti ollut.

14.7 Helmi Vuorelma Oy:n kommentit ensimmäisistä prototyypeistäni

Esittelin ensimmäiset prototyypini Helmi Vuorelma Oy:ssä huhtikuussa 2009. Esittelyni tarkoituksena oli löytää kaksi prototyypikonseptia, joita alan kehittelemään lisää. Annoin Vuorelman edustajien valita tarjonnastani nuo konseptit, sillä heillä on itseäni vahvempi käsitys siitä, millaiset tuotteet myyvät Vuorelma-brändin alaisuudessa. He osasivat arvioida myös suunnitelmieni käytettävyyttä ja toimivuutta käyttäjän näkökulmasta itseäni paremmin.

Vuorelman edustajat pitivät mallejani mielenkiintoisina ja uudenaikaisina. He mielsivät prototyypeissä käyttämäni yksisuuntaiseen etupistokirjontaan sekä villalangan ja pellavakankaan kontrastiin. Muototyylini miellytti heitä, kuten tyynyjen pellavakankaiden kaksivärisyysskin.

Kolmiulotteiset Kumpare- ja Pylväs -prototyypit tuntuivat Vuorelman edustajien mielestä tekniikaltaan liian vaikean näköisiltä ensikertalaisen tee-se-itse -tyynyiksi, vaikkakin käyttämäni kolmiulotteiset tilkkutyötekniikkani olivat valmistusmenetelmiltään hyvin yksinkertaisia ja toistoon perustuvia. Sen sijaan Pylvään ja Kumpareen kolmiulotteisuus tuntui Vuorelman edustajista mielenkiintoiselta.

Olio- ja Yhdessä -prototyypit taas olivat Vuorelman tyyliin liian humoristisia ja lapsenomaisia. Niissä koettiin myös olevan liiaksi ompelutekniikkaa vaativia haasteita ensikertalaiselle. Yhdessä -prototyypin lennokka, puoli-huolimattomasti ja kevyesti valmistettu kirjonta sen sijaan miellytti Vuorelman edustajia hyvin paljon. Kirjontaa keuhuttiin herkulliseksi ja mielenkiintoiseksi.

Saippuakuplat - ja Letit -prototyypit miellyttivät kaupalliselta kannalta Vuorelman edustajia prototyypeistäni eniten. Saippiakuplat -prototyyppien applikoitua näytettä Vuorelman edustajat pitivät tekniikaltaan liian vaikeana. Kirjotut Saippuakuplat ja Letit koettiin yritykselle turvallisina valintoina, joissa oli kuitenkin selkeästi uusi ilme ja uusi tyyli. Letit -prototyypissä oli lisäksi uusi tekniikka, jota ei tyynyissä ole perinteisesti ollut. Vuorelman edustajat pyysivät minua työstämään Letit -prototyypin Tytti-kankaan sijasta Maraton-kankaasta, jotta tyynysarjoissani olisi edustettuna sekä Tytti- että Maraton-kankaat.

Vuorelman edustajat pitivät hyvänä tyynyjen kansipuolen kolmijakoisuutta, koska se mahdollisti myös tyynyjen valmistamisen lattiatyynykoossa ja antaa tyynille uudenlaisen ilmeen. Lattiatyynykokoa Vuorelman edustajat toivoivat kuitenkin vain Saippuakuplat -mallista, koska heidän mielestään neliön muoto on lattiatyynyssä parempi kuin suorakaide. Letit -prototyyppi sen sijaan toimisi heidän mielestään paremmin suorakaiteenmallisena sohvatyynyversiona, jotta letit pääsevät oikeuksiinsa, eivätkä kasvaisi liian pitkiksi. Vuorelman edustajia miellytti myös se, että Saippuakuplat - ja Letit -prototyypit antoivat tilaa asiakkaan omalle näkemykselle ja soivat asiakkaalle objektin sijasta subjektin roolin.

Saippuakupla –prototyypin Blanko-mallivariaatio, jossa vapaaseen tilaan voi kirjoa vaikka runon, oli Vuorelman edustajien mielestä kehittämisen arvoinen asia. He ehdottivatkin mahdollisuutta keskimmäisen kappaleen vaihtamiseksi ristipistotekniikalle soveltuvaksi Aida-kankaaksi asiakkaan niin halutessa.

Vuorelman edustajia mietitytti kuitenkin, onko suunnittelemisessa malleissani liikaa vaihtoehtoja, jolloin asiakkaalle tulee eteen valinnan vaikeus. Kuinka asiakas selviytyisi vaihtoehtojen määrästä ja kuinka Vuorelman henkilökunta selviytyisi yksilöllisistä tarviketilauksista ja yksilöllisten pakettien kokonaisuudesta? Piilovetoketjun ja logomerkin lisääminen tuotteisiin mietitytti heitä myös. Visioimani esitteen tai pienen kirjaseen (Kts kohta 7), jossa kerrotaan Vuorelmasta yrityksenä ja tuotesuunnitteluni teemoista, lisääminen käsityötarvikepakkaukseen ei tuntunut Vuorelman edustajien mielestä tärkeältä lisäältä käsityötarvikepakkauksessa, sillä jokaisen materiaalin lisäys, korottaisi myös käsityötarvikepakkauksen myyntihintaa.

14.8 Opiskeluryhmäni kommentteja ensimmäisistä prototyypeistäni

Tiedustelin myös opiskeluryhmäni mielipiteitä ensimmäisistä prototyypeistäni. Opiskeluryhmäni arviot pohjautuivat heidän mielikuviinsa minimalistisen sisustuksen edustajien tyylistä ja toiveista sekä Vuorelma-brändistä. Mielenkiintoisimmiksi prototyypeiksi nousivat Pylväs-, vanulla täyttämättä jätetty Kumpare –prototyyppi sekä Letit- ja Saippuakuplat –prototyypit. Kolmiulotteisuuden suhteen opiskelutoverini pohtivat myös sen vaatavuutta suhteutettuna ensikertalaisten taitoihin. He esittivät myös ehdotuksen Saippuakuplat –mallin yksivärisyydestä ja leikkausten erilaisista suhteista kaksivärisessä tyynypinnassa. Opiskelutoverini toivoivat malleihin enemmän kirjontapistovariaatioita ja täyteläisempää kirjontaa, jossa voisi leikkiä valoilla ja varjoilla. Myös ristipistojen mahdollisuutta toivottiin yhdeksi Saippuakuplat -mallin vaihtoehdoksi. Letit -mallin suorakaiteen muotoa pidettiin hyvänä muotona. Opiskeluryhmääni arvelutti myös kuinka asiakas tulee selviytymään tyynykonseptien materiaalivalintojen kanssa. He pitivät kuitenkin hyvänä edistysnä sitä, että konsepteissani asiakkaalle annetaan enemmän

valinnanvapautta kuin perinteisesti käsityötarvikepakkauskonsepteissa on ollut tapana.

15 TEE-SE-ITSE -TYNYKONSEPTIEN ENSIMMÄISET PROTOTYYPPI SARJAT

” Markkinoille saapuvalla tuotteella on yksi merkittävä kilpailuetu verrattuna jo etabloituneisiin. Etu on uutuusarvo. Vain uutuuksiin kohdistuu aito kiinnostus, kuluttajien kokeilunhalu. Jokaisella tuotteella on tämä etu elinkaarrellaan vain kerran. Siksi siitä on pystyttävä ottamaan kaikki irti.”⁵⁹

15.1 Kuplat tyynykonseptin ensimmäinen prototyyppisarja

Toukokuussa 2009 esittelin Vuorelman edustajille Kuplat - ja Letit -tuote-konseptiprototyypit. Kuplat –tyynykonsepti perustui aiemman Saippuakupla –prototyypin hiomiseen ja Letit- tyynykonsepti perustui Letit -prototyypin jatkokokeittelyyn. Molemmat konseptit olin suunnitellut minimalistista tyyliä arvostavalle kuluttajalle.

Molemmista malleista olin valmistanut joitakin tyynynkansia, joita en ollut aikaani ja materiaalia säästääkseni ommellut valmiiksi tyynyiksi asti. En myöskään ollut vielä kehitellyt tyynyihin erilaisia pistovariaatioita, vaan olin työstänyt ne edelleen itselleni nopeimmalla ja mieluisimmalla pistotyypillä, yksisuuntaisella etupistokirjonnalla. Molempiin tyynykonsepteihin kuului suunnitelmieni mukaan kahdesta kappaleesta koostuva takakappale, joiden väliin olisi ommeltu jo valmiiksi piilovetoketju. Malleihin liittyi vahvasti myös ajatus asiakkaan oman mallikertasuunnittelun mahdollisuudesta ja Vuorelman verkkokaupan kuvapankista, jonne asiakas voi lähettää kuvan valmistuneesta tyynystä. Tällöin molemmat mallit lisäisivät myös Vuorelman asiakkaiden omaa luovuutta, yhteisöllisyyttä ja ruokkisi käsityötarvikepakkaus -tyynykauppaa uudella tavalla.

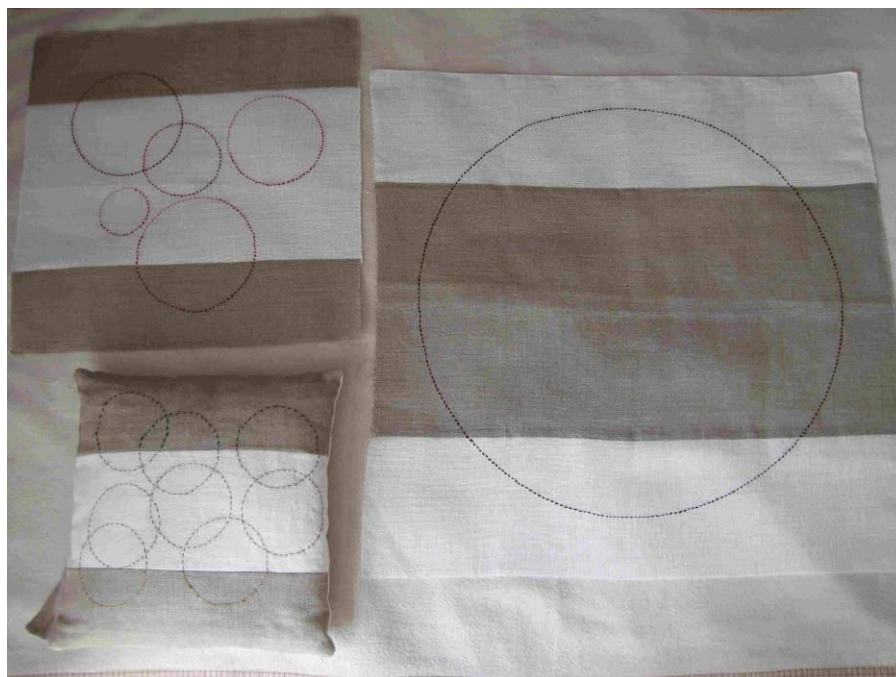
Kuplat -tyynykonseptissa ajatukseni pohjautui kahteen erilaiseen tyynyn kokoon ja kolmeen erilaiseen kuplasommitelmaan. Toinen tyyny olisi

⁵⁹ Ruohomäki 2000, 35

kooltaan 50 cm x 50 cm ja toinen 75 cm x 75 cm. Molemmat tyynyt poikkesivat siis kooltaan perinteisistä käsityötarvikepakkaustyynyistä, jotka ovat usein kooltaan 40 cm x 40 cm. Uskon itse suurien tyynyjen kysyntään, sillä ihmisten sohvat, tuolit ja sängyt, joille tyynyt sijoitetaan ovat kasvaneet viime vuosikymmenien aikana huomattavasti. Lisäksi tekemässäni kyselyssä tuli selkeästi esille minimalististen kuluttajien toive suurikokoisesta lattiatyynyistä.

Saippuakuplat -prototyypin suunnittelun pohjalla ollut mietelmäni (katso kohta 14.1) ja tyynypinnan kolmijakoisuus siirtyi hiukan muokattuna myös Kuplat -tyynykonseptiin. Sen sijaan tyynyn kolmijakoisuuden suhteet muuttuivat entistä taloudellisemmiksi. (Kuva 24) Suuremmassa Kuplat -tyynyssä kankaan leveys, 45 cm, jaetaan tyynyn reunakappaleisiin kahteen osaan ja keskikappaleeseen hyödynnetään koko kankaan leveys. Pienemmässä Kuplat -tyynyssä kankaan leveys jaetaan reunakappaleisiin kolmeen osaan ja keskikappaleessa kankaan kokonaisleveydestä poistetaan pieni siivu. Tälle siivulle käsityötarvikepakkauksen valmistaja voisi kirjoa oman nimensä ja tyynyn valmistusvuoden ja ommella suikaleen tyynyn sisälle saumanvaraan muistin virkistämiseksi. Asiakkaan olisi mahdollista valita Kuplat -tyynyt joko tumma-vaalea-tumma pohjavärillä tai vaalea-tumma-vaalea pohjavärillä. Kaikkien Kuplat -tyynykonseptin tyynymallien takakappaleet olin suunnitellut väritään päällisen reunakaitaleen mukaisiksi, valkoreunaisiin valkoisiksi ja luonnonvärireunaisiin luonnonvärisiksi.

Kuplat -tyynykonseptiin olin ideoinut kaksi erilaista sommitelmaa, Pienet Kuplat ja Ison Kuplan, jotka olisivat saatavissa kolmessa eri lähiväri- ja pistosommitelmassa. Mallipakkauksen mukana tulisi kuvat tekemistäni väri- ja pistosommitelmista sekä kuva ympyrämallineista, joiden avulla asiakas voisi myös itse toteuttaa oman kupla-aiheisen sommitelmansa. (Kuvat 24-25) Hylkäsin Vuorelman edustajien ja opiskeluryhmäni esittämän idean Kuplat -mallin keskikappaleen vaihtamisesta ristipistoille soveltuvaksi Aida-kankaaksi tai muuksi erilaisille pistoille tarkoitetuksi kankaaksi kuten ryijytai petitpoint -kankaaksi. Erilaisten kankaiden yhdistelmät tyyny-paketteja kootessa olisivat tulleet kenties suureksi haasteeksi jo muutenkin kehittelemilleni nykyisiä haasteellisimmille käsityötarvikepakkauksille.



Satu Itäpää © 2009

Kuva 24. Toiset prototyypit Kuplat -tyynykonseptia ajatellen. Täytetty tyyny kuvassa alhaalla vasemmalla on ensimmäinen saippuakupla-prototyyppi.

Yksi Kuplat -malleista olisi ns. Blanko, eli mallissa ei olisi mukana erillistä sommitelmaa eikä lankoja. (Kuva 25) Malli sisältäisi vain tyynyn valmistamiseen tarvittavat valmiiksi reunoiltaan huolitellut kankaat, ompelulangan ja valmiiksi takakappaleeseen ommellun piilovetoketjun. Blanko -malli perustuisi asiakkaan omaan ideointiin ja omiin kuviointimateriaaleihin ja työöstekniikoihin. Asiakas voisi ideoida tyynyn kuvioinnin omasta teemastaan kuten esimerkiksi lapsen piirroksista tai Kupla-teemasta, sitä muunnellen esimerkiksi Kupla Volkkariksi, Puhekuplaksi, Ajatuskuplaksi, Talouskuplaksi jne. Blanko -kuplan kuvioinnin asiakas voisi toteuttaa esimerkiksi piirtäen, painaen tai koneella kirjoen. Blanko-mallikin olisi saatavissa sekä 50 cm x 50 cm kokoisena että 75 cm x 75 cm kokoisena.

Kuplat -tyynykonseptin lisäarvo suhteessa kilpaileviin tuotteisiin olisi tyynypinnan kaksivärisyys, tyynyn kuvioinnin vapaamuotoisuus värin ja sommitelun suhteen. Tyynykonseptissa asiakkaan omalle näkemyksellekin jäisi tilaa. Lisäarvoa toisi myös valmiiksi ommeltu piilovetoketju ja Vuorelman

verkkokaupan yhteydessä toimiva kuvapankki, jonne asiakas voi tallentaa kuvan valmistamastaan ja mahdollisesti itse ideoimastaan tyynystä.



Satu Itäpää © 2009

Kuva 25. Toinen prototyyppi Kupla Blanko –tyynykonseptia ajatellen. Täytetty tyyny kuvassa vasem-malla on ensimmäinen Kupla Blanko-prototyyppi.

15.2 Letit tyynykonseptin ensimmäinen prototyyppisarja

Letit -tyynykonseptin kuvioinnissa keskityin pelkistetyn tyylin ja erilaisten le-titysten, solmeilujen sekä punosten hyödyntämiseen. Ajatukseni Letit -konseptin kantavasta teemasta oli muuttunut aiemman Letit -prototyyppiini lyriikasta (katso kohta 14.3) uuteen merellisempään tunnelmaan. Uusi tee-mani pohjautui ajatukseen meren rannalla kävelemisestä, purjehtimisesta, veneilystä ja saaristomaisemasta, jossa elämän tyyneys on läsnä. Ja mil-loinkas muulloin ihmisellä on niin hyvin aikaa istahtaa ja kirjoa jotain pientä mielensä iloksi kuin laivalla, meren rannalla tai mökkilaiturilla istuessaan.

Ensimmäiseen Letit -prototyyppiini nähden muutin tyynyn sommitelman kol-mijakoisuuden sijasta kaksijakoiseksi. (Kuva 26) Muutin myös tyynyn

jaottelun vaakasuorasta pystysuoraksi, jolloin se olisi erilainen kuin Kuplat -prototyypin jaottelu. Lisäksi tein Letit -tyynykonseptin jaottelusta kaksiväri-sen, koska käyttämäni Maraton-kangas ei toiminut yksivärisenä. Sauman-varat kuulsivat valkoisen Maraton-kankaan läpi rumasti ja näin ollen ne vaativat ehdottomasti rinnalleen tumman kankaan, jonka puolelle ne voi kääntää. Näin olisi käynyt myös Tytti-kankaan kanssa. En tullut ajatelleeksi tätä ensimmäisessä prototyypivaiheessa, koska valmistin silloisen Letit -mallin omista kankaistani.

Letit -tyynykonseptiin ideoin erilaisia palmikointi- ja värisommitelmia sekä kolme erilaista kokovariaatiota. Ideani oli, että asiakas voisi vapaavalintai-
sesti työstää letit, solmeilut, palmikot tai punokset sekä kirjontapistot ha-luamallaan tavalla. Tyynypakkauksessa olisi materiaalia aina isoimman tyynyn koko 50 cm x 65 cm verran, mutta asiakas voisi ommella tyynystä myös pienemmän tyynyn esittämieni variaatioiden mukaisesti. (Kuva 27)
Tyynyn ohjeliitteessä olisi muutama erilainen palmikon, punoksen ja sol-meilun ohje sekä muutama kirjontapisto-ohje, joista kukin voisi valita mie-leisensä. Sommitteluni toimisivat ideoiden alkusysäyksinä, mutta tyynyn to-teuttaja voi sommitella myös Letit -tyynynsä itsenäisesti. Letit -konseptia olisi saatavana pohjaväriykseltään tumma-vaaleana ja vaalea-tummana. Tyynykonseptin takakappaleet olin suunnitellut väriltään päällisen leveäm-män värialueen mukaisiksi, valkoisiin valkoisiksi ja luonnonvärisiin luonnon-värisiksi. Takakappaleen vetoketju tulisi Letit -tyynyssä pystysuoraan etu-kappaleen sauman mukaisesti.

Letit -tyynykonseptin lisäarvo suhteessa kilpaileviin tuotteisiin on palmikoi-den, punosten ja solmeilujen hyödyntäminen tyynyn kuvioinnissa, tyynypin-nan kaksivärisyys, tyynysommitelmien vapaamuotoisuus koon, värin ja sommittelun suhteen. Tyynykonseptissa asiakkaan omalle näkemyksellekin jää tilaa. Lisäarvoa tuo myös valmiiksi ommeltu piilovetoketju ja verkkokau-panyhteydessä toimiva kuvapankki, jonne asiakas voi tallentaa kuvan val-mistamastaan ja mahdollisesti itse ideoimastaan tyynystä. Letit -tyyny on myös hyvin sukkela valmistaa ja se soveltuu hyvin ensimmäiseksikin itse valmistetuksi käsityöksi.



Satu Itäpää © 2009

Kuva 26. Letit -tyynykonseptin ensimmäinen prototyypisarja. Kuvassa ylh. Oikealla näytetilkku, johon olen kokeillut kymmentä erilaista punos ja palmikko variaatiota. Alhaalla oikealla ensimmäinen Letit -prototyyppi.



Satu Itäpää © 2009

Kuva 27. Erikokoisia prototyypivariaatioita Letit -tyynykonseptia ajatellen. Alhaalla vasemmalla ensimmäinen Letit -prototyyppi.

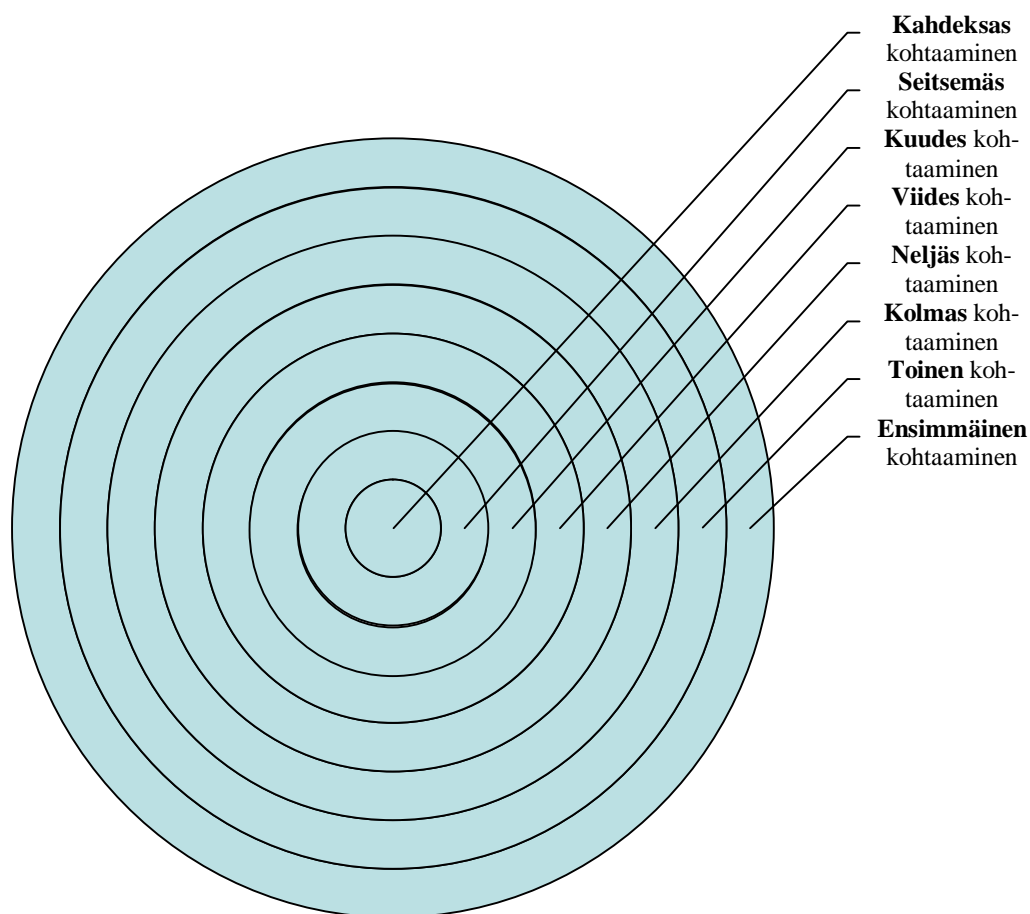
15.3 Suunnittelemini käsityötarvikepakkausten hankinta- ja palvelupolku

Tyynyjen mallivariaatioiden ja valmistusohjeiden lisäksi pohdin asiakkaan hankinta- ja palvelupolkuja, jota hän tulee käyttämään tavalla tai toisella tyynypakkausta hankkiessaan ja valmiiksi saattaessaan. Hankinta- ja palvelupolun aikana asiakas kohtaa kahdeksan kertaa käsityötarvikepakkauksia myyvän yrityksen palvelun. Hänen ostohalukkuuteensa ja lojaalisuuteensa yritystä kohtaan on siis mahdollisuus vaikuttaa ainakin kahdeksan kertaa käsityötarvikepakkauksen elinkaaren aikana.

Kuvassa 28. olen kuvannut tärkeät kohtaamispisteet asiakkaan ja yrityksen tarjoamien palvelujen välillä. Nämä kaikki kohtaamiset vaikuttavat asiakkaan tyytyväisyyteen ja lojaaliuteen yritystä kohtaan. Ensimmäinen kohtaaminen tapahtuu kun asiakkaalle herää halu valmistaa ja ostaa sisustustyyny. Halun voi herättää esimerkiksi yrityksen mainos, tuttavalla nähty vastaava tuote, aikaisempi positiivinen kokemus käsityötarvikepakkauksen valmistamisesta tai miellyttävä kanssakäyminen yrityksen edustajien kanssa vaikkapa messuilla.

Toisessa kohtaamisessa asiakas selvittää mistä käsityötarvikepakkauksia saa. Usein hän valitsee itselleen helpoimmin lähestyttävän ostopaikan. Ostopaikka voi olla fyysisesti helppossa paikassa esimerkiksi lähellä asiakkaan kotia tai liike johon asiakkaalla on ns. matala kynnys astua sisään. Tässä vaiheessa yrityksen markkinoinnilla ja näkyvyydellä sekä taidolla havainnoida ja kohdata potentiaaliset asiakkaat on suuri merkitys. Jos asiakas kohtaa tässä vaiheessa negatiivisia tunteita yrityksen palvelun ja tarjoaman kohdalta, hän joko vaihtaa yritystä tai luopuu kokonaan ajatuksestaan valmistaa tyyny.

KÄSITYÖTARVIKEPAKKAUKSEN ELINKAAREN KAHDEKSAN PALVELUKOHTAAMISTA



- 1. kohtaaminen:** TARVE TAI HALU VALMISTAA JA OSTAA ITSEVALMISTETTAVA TYYNY
- 2. kohtaaminen:** ASIAKAS SELVITTÄÄ MISTÄ TARVIKEPAKKAUKSIA SAA
- 3. kohtaaminen:** MALLIN VALINTA
- 4. kohtaaminen:** ASIAKAS OSTAA JA MAKSAA KÄSITYÖTARVIKEPAKKAUKSENSA
- 5. kohtaaminen:** ASIAKAS OSTAA / HANKKII TYYNYN OMPELUUN TARVITTAVAT LISÄTARVIKKEET
- 6. kohtaaminen:** TYYNYN VALMIIKSI SAATTAMINEN.
- 7. kohtaaminen:** ASIAKAS KUVAA HALUTESSAAN VALMIIN TYYNYN JA LIITTÄÄ KUVAN VERKKOKAUPAN KUVAGALLERIAAN
- 8. kohtaaminen:** ASIAKAS OSTAA UUDEN TARVIKEPAKKAUKSEN TAI HOUKUTTELEE UUDEN ASIAKKAAN YRITYKSELLE

Kuva 28. Palvelukohtaukset käsityötarvikepakkauksen elinkaarella. Satu Itäpää © 2009

Kolmannessa kohtaamisessa asiakas valitsee tyynynsä mallin. Tässä vaiheessa hyvä palvelu on korvaamaton. Verkkokaupan on toimittava kitkatomasti ja tyynyn valinnan ohjeistuksen on oltava selkeäksi laadittu. Myymälässä asiantunteva positiivinen henkilökunta on kaiken a ja o. Suunnittelemissani tyynykonsepteissa asiakas valitsee tässä vaiheessa Kuplat - tai Letit -mallin lisäksi tyynyinsä pohjavärin ja kirjontalankojen värin. Opastus on tässä vaiheessa varmasti monelle asiakkaalle tarpeen. Opastuksessa kerrotaan asiakkaalle myös verkkokaupan yhteydessä toimivasta kuvagalleriasta ja keskustelupalstasta sekä lisätarvikkeista kuten sisustustyynyä, jotka asiakkaan on ostettava erikseen.

Neljännessä vaiheessa asiakas ostaa ja maksaa käsityötarvikepakkauksensa. Maksutapahtuman on oltava vaivaton ja luotettavan oloinen. Viidennessä vaiheessa asiakas hankkii tyynyn valmistukseen tarvittavat lisätarvikkeet. Selkeintä olisi jos näitä kaikkia lisätarvikkeita saisi myös yrityksen omista valikoimista. Yrityksen olisi lisäksi hyvä ilmoittaa selkeästi asiakkaalle mistä muista liikkeistä kyseisiä lisätarvikkeita saa, ettei tyynyn valmiiksi saattaminen jäisi tekemättä lisätarvikkeiden puuttumisen vuoksi.

Kuudennessa vaiheessa asiakas valmistaa tyynyn valmiiksi tuotteeksi tai antaa tyynypakkauksen lahjaksi. Verkkokaupan yhteydessä toimivalla keskustelukanavalla on tässä vaiheessa tärkeä asemansa. Asiakas saa ryhmältä vertaistukea ja mahdollisesti apua itsenäiseen tuotesuunnitteluun. Seitsemännessä vaiheessa asiakas kuvaa halutessaan valmiiksi saattamansa työn ja lähettää kuvan verkkokaupan kuvagalleriaan. Kuvan saavutua kuvagalleriaan olisi erittäin lämminhenkistä, jos asiakkaalle lähetettäisiin sähköpostitse tai kirjeitse kiitos kuvan lähettämisestä ja onnittelut työn valmiiksi saattamisesta.

Kahdeksannessa vaiheessa asiakas on toivottavasti hyvien palvelukokemusten siivittämänä tullut lojaaliksi yritykselle ja hän tilaa itselleen yrityksen kautta yhä uusia tuotteita. Hän myös suosittelee yrityksen tuotteita tuttavilleen, jotka hyvän palvelukokemuksen seurauksena suosittelevat tuotteita uusille tuttavilleen.

15.4 Helmi Vuorelma Oy:n kommentit ensimmäisistä Kuplat - ja Letit -prototyypisarjoistani ja niiden elinkaaren kahdeksasta palvelukohtaamisesta

Helmi Vuorelma Oy:n edustajat näkivät prototyypisarjani, Kuplat ja Letit, tyylilleen sopivina. Molempien prototyypisarjojen takakappaleiden värin he pyysivät yhtenäistämään luonnonväriseksi, jolloin pakkausten kokoaminen helpottuu ja pakkauksien hintaa saadaan hiukan laskettua luonnonvärisen pellavakankaan sisään ostohinnan edullisuuden vuoksi. Letit -mallin kokovariaatiot he kokivat asiakkaalle hankaliksi ja antoivat minulle vapaat kädet päättää minkä yhden koon variaatioistani tyynylle valitsen ja mitä kokoa he tarjoavat asiakkaalle. Ompelulanka jätettäisiin tarvikepakkauksesta pois, jolloin pakkaus olisi helppo postittaa asiakkaalle tavallisena kirjeenä. Ompelulanka olisi korottanut fyysisen pakkauksen korkeutta niin, että pakkauksesta olisi mennyt huomattavasti korkeampi postimaksu, jolloin langan hinta olisi ikään kuin noussut kohtuuttomaksi. Ehdottamastani tyynyn kappaleiden esihuollittelusta ja puuvillakangasvuoresta luovuttiin myös kustannussyistä.

Lettien, solmeilujen ja pistojen-ohjeistuksessa päädyimme 3-5 erilaiseen mallivariaatioon. Liiallinen variaatioiden mahdollisuus vaikeuttaisi Vuorelman edustajien mielestä asiakkaan valintaa liiaksi. Molempien tyynykonseptien kirjontalankojen suhteen Vuorelman edustajat ehdottivat kahta tai kolmea väriyhdistelmävaihtoehtoa, joista asiakas voi valita mieleisensä. He uskoivat, että täysin vapaa värien valinta tuottaa asiakkaalle liiaksi päänvaivaa ja Vuorelmalle liiaksi työtä, kun jokainen pakkaus pitäisi koota erikseen asiakkaan toiveiden mukaisesti. Heidän verkkokaupassaan ei myöskään ole Satakielilangan värikarttaa, joten asiakkaan olisi vaikeaa selvittää mitä värejä ja sävyjä langasta on ylipäättään saatavilla. Kuplat -tyynysarjan kirjonnat päätimme myös Vuorelman edustajien kanssa pitää kaikissa kirjontamalleissa ns. ääriiviikirjontana, jotta kaikkien tyynypakkausten kirjontalankamäärä pysyisi samana.

Helmi Vuorelma Oy:n tuotemerkkiä varten sain Vuorelmalta vaalean ruskeaa nimikoitua puuvillanauhaa, jota he käyttävät saunahattujensa tuotemerkkeinä. Nauha oli hyvin luonnonvärisen pellavan väristä ja tyyliltään tarpeeksi pelkistettyä minimalistisen kuluttajan maulle. Minulle annettiin vapaat kädet sommitella nauha tyynyyn logoksi haluamallani tavalla.

Vuorelman edustajat pitivät mielenkiintoisina ajatuksiani verkkokaupan yhteydessä toimivasta palaute- ja keskustelukanavasta sekä kuvapankista. Vuorelmalla ei ole kuitenkaan resursseja uudenlaisen verkkokaupan toteuttamiseen syksyn 2009 aikana, joten ideani jäävät hautumaan tulevaisuuden varalle. Kenties saamme siis tutustua uudistuneeseen Vuorelman verkkokauppaan ja sen alaisuudessa toimivana keskustelupalstaan tulevaisuudessa. Uskon itse verkkokaupan avulla tapahtuvaan asiakkaiden verkottumisen tarpeeseen niin yrityksen kuin asiakkaidenkin näkökulmasta. Tänä päivänä monet ihmiset janoavat vahvasti yhteisöllisyyden perään. Ja mikäpä on parasta yritykselle kuin lojaalit asiakkaat, jotka käyvät aktiivisesti yrityksen nettisivuilla ja levittävät sanaa toimivasta yhteisöstä ja yrityksestä asiakaspalvelijana.

16 TEE-SE-ITSE -TYYNYKONSEPTIT KUPLAT JA LETIT

”Tuote arvioidaan kuitenkin aina kaupan hyllyllä, se on kova paikka”⁶⁰

16.1 Kuplat -tyynykonseptin toinen prototyypisarja

”Kuplat leijuvat kevyesti kuin ajatukseni. Suurina tai pieninä, hohtavina tai huomaamattomina. En halua ottaa niitä kiinni, niiden ei tarvitse särkyä. Leijukoon vapaana, minun ajatukseni, minun maailmani.”

Kuplat -tyynykonseptin toinen prototyypisarja valmistui aiempien prototyyppien pohjalta niitä kuitenkin vielä sommittelultaan muokaten ja hioen. Tytti-kankaan värierä oli opinnäytetyön edetessä muuttunut, joten valmistin kaikki Kuplat -konseptin mallityyynyt uudelleen. Kolmen mallin sijaan Vuorelmalle tarjoamieni mallien määrä kasvoi neljään. (Kuva 29)

⁶⁰ Ruohomäki 2000, 15



Satu Itäpää © 2009

Kuva 29. Kuplat -tyynykonseptin toinen prototyypisarja: "Keskellä" (ylh. vas.), "Reunoilla" (ylh. oik.), "Ilmassa" (alh. vas.) ja "Kimpassa" (alh. oik.).

Mallit nimesin sommitelmiäni mukaan: "Keskellä", "Reunoilla", "Ilmassa" ja "Kimpassa". Kuvassa 29 "Reunoilla" -mallista puuttuu takakappale, koska kankaani loppuivat minulta tilapäisesti kesken. Kaikki mallit olin suunnitellut niin, että asiakas voi käyttää samaa sommitelmaa tyynykoosta riippumatta. Lisäksi tarjosin Vuorelmalle edelleen myös Kupla-Blanko tyynykonseptin mahdollisuutta, jolloin tarvikepakkaukseen sisältyisi vain kankaat ja ompe-luohjeet, ei kirjontalankoja tai kirjontasuunnitelmaa. Kaikista malleista olisi saatavilla sekä tumma-vaalea-tummapohja, että vaalea-tumma-vaalea-pohja. Kirjontalankavaihtoehtoja Kuplat -tyynykonseptiin suunnittelin kaksi, puna-violetin, joka esiintyy kuvassa 29 sommittelumalleissa "Keskellä" ja "Kimpassa" sekä sini-vihreän, joka esiintyy kuvassa 29 sommittelumalleissa "Reunoilla" ja "Ilmassa". Pistovariaatioita suunnittelin konseptiin 4 erilaista. Takakappaleen piilovetoketjulliseen saumaan työstin Vuorelma Oy:n merkin Vuorelman edustajien antamasta logomerkkinauhasta.

Kuplat -prototyypisarja täytti Helmi Vuorelma Oy:n asettamissa raameissa osan minimalistisen tyylin edustajien esittämistä toiveista. Kuplat -konsepti on nopea ja helppo valmistaa. Se jättää myös asiakkaan omalle luovuudellekin tilaa. Lisäksi olin pyrkinyt saamaan tyynyihin ajattoman, selkeän,

pelkistetyn ilmeen, joita minimalistit olivat tyynysommiteluilta toivoneet. Tyynyssä olisi myös saatavilla sekä toivottu lattiatyyny koko, että sohvatyyny koko. Tyyny on minimalismia arvostavien kuluttajien toiveiden mukaisesti neliö ja siinä on graafinen kuviointi. Konseptissa toteutumatta jäivät sellaiset minimalistien esittämät toiveet kuten vesipestävyys, trendivärien käytön mahdollisuus ja kolmiulotteisuus.

16.2 Tyynykonsepti Kuplat

Vuorelman edustajat valitsivat toisesta Kuplat -prototyypisarjasta mallistoonsa suunnitelmat "Reunoilla" ja "Keskellä". He päättivät kuitenkin lattiatyynykoon sijasta työstää tyynypakkaukset vain sohvatyynykoossa, 50 cm x 50 cm. He uskoivat lattiatyynyn käsityötarvikepakkauksen materiaalien hinnan nousevan kuluttajalle liian korkeaksi. Lisäksi he olivat sitä mieltä, että lattiatyynyn kemiallisen pesun vaatimus osoittautuisi monelle kuluttajalle tyynypakkauksen hankinnan esteeksi. Vuorelman edustajat halusivat kustannussyistä jättää tyynyistä pois myös piilovetoketjun ja ehdottamani kirjasen tai esitteen, jossa kerrotaan Vuorelmasta yrityksenä ja suunnitteluni lähtökohdista tai kantavasta teemasta. Piilovetoketju koettiin turhaksi, koska tyynyjen päälliset eivät ole vesipestäviä ja näin ollen toistuvaa tyynypäällisen irrottamista ei asiakkaan tarvitse tehdä. Tyynyn täyttöaukko tullaan siis Kupla-konseptissa ompelemaan perinteisen tapaan käsin. Ompeluohjeisiin kirjattiin kuitenkin mahdollisuus asiakkaan omaehtoiseen piilovetoketjun kiinnittämiseen ja työn vuorittamiseen.

Kuplat -tyynykonseptin tyynymallit tullaan tarjoamaan asiakkaalle vain tumma-vaalea-tumma-pohjavärillä. Tämän koettiin helpottavan asiakkaan valintaa sekä tyynypakkauksen kokoamista Vuorelmalla. Näiden muutosten lisäksi Vuorelman edustajat päättivät vaihtaa Kuplat -konseptin pellavamateriaalin yhtenäiseksi Letit -konseptin materiaalin kanssa. Kuplat -konseptissa käyttämäni Tytti-kangas oli hinnaltaan kalliimpaa kuin Letit -konseptin Maraton-kangas. Vaihtamalla kangas toiseksi, saatiin tyynykonseptin myyntihintaa laskettua.

Kupla Blanko –mallia, jossa asiakas itse toteuttaa tyynyn kuvioinnin haluamallaan tekniikalla esimerkiksi kankaanpainannalla tai piirtämällä, ei Vuorelma ottanut tuotantoonsa. He olivat sitä mieltä, että jos asiakas haluaa toteuttaa tyynyn oman mallin mukaisesti ja omin kuviointimenetelmin, hän voi ostaa siihen kankaat Vuorelmalta metritavarana. Erillistä Blanko-konseptia ei siis tarvittaisi.

Laadin yhdessä Helmi Vuorelma Oy:n kanssa Kuplat -konseptin tarvikeluettelon sekä tyynyn valmistus- ja kuviointiohjeistuksen. Kuplat -konseptin ohjeiden toimivuus ja käytettävyys testattiin Helmi Vuorelma Oy:ssä, jossa yksi työntekijä valmisti oman mielensä mukaan varioiden ”Reunoilla” ja ”Keskellä” mallit kokoon 50 cm x 50 cm. (Kuva 30)



Kuva: Satu Itäpää 2009

Kuva 30. Käsityötarvikepakkauksen tulevat Kuplat -mallit ”Reunoilla” ja ”Keskellä”. Tyynyt on kirjonut Anne-Mari Pulli Helmi Vuorelma Oy:stä.

Valmiin Kuplat -käsityötarvikepakkauksen sisältö on kuvassa 31 ja pakkauspussi liitteessä 17. Kuplat -käsityötarvikepakkauksen nimeksi Helmi Vuorelmalla annettiin ”Kirjottu tyyny Kuplat”. Kuplat -käsityötarvikepakkauksen sisällöstä puuttuu ehdottamani Helmi Vuorelma Oy:n tuotemerkki, koska käyttämäni valmiin printtinauhan nurjalla puolella luki tuotteen olevan 100% pellavaa. Nyt tuote ei kuitenkaan ole 100% pellavaa, koska siinä on kirjontalankana villalanka, joten Vuorelman edustajat

16.3 Letit -tyynykonseptin toinen prototyypisarja

” Merellä tuulee. Purjelaivat lipuvat ääneti. Kalastusalusten tuoksu kutsuu lokkeja luokseen. Istun hiljaa rantakivellä, itseni kanssa. Ei onneen paljoa tarvita. ”

Letit -tyynykonseptin toinen prototyypisarja valmistui aiempien prototyyp-pieni pohjalta, niitä kuitenkin hieman vielä sommittelultaan ja väritykseltään muokaten. (Kuva 32) Letit -konseptini pohja-ajatukseksi halusin saada joi-tain edellistä prototyyppiäni merellisempää ja kevyempää. Uutta näkökul-maa kuvaa yllä oleva ajatukseni.



Satu Itäpää © 2009

Kuva 32. Letit -tyynykonseptin toinen prototyypisarja: "Laineet" (ylh. oik.), "Pylpyrät" (keskellä) ja "Suorat" (alh. oik.).

Letit -tyynykonseptin kooksi päätin sohvatyynykoon, 35 cm x 50 cm. Suun-nittelemilleni Letit -sommiteluille annoin nimet: "Suorat", "Laineet" ja "Pylpy-rät". Asiakas voi toteuttaa kaikki mallit keskenään ristikkäisin pisto- ja pu-nosvariaatioin. Pistovariaatioita suunnittelin konseptiin 4 erilaista ja punos-variaatioita 3 erilaista. Kirjontalankavaihtoehtoja tyynykonsepti Lettiin suun-nittelin kolme erilaista punaisen ja turkoosin ja harmaan, joissa jokaiseen väriin sisältyy kolme eri sävyä kyseistä kirjontalankaa. Punaista

kirjontalankavaihtoehtoa olen käyttänyt kuvan 32 tyynysommitelmassa ”Pylpyrät”, jossa jokainen palmikko on valmistettu erivärisellä punaisella villalangalla. Turkoosia kirjontalankavaihtoehtoa olen käyttänyt kuvan 32 tyynysommitelmassa ”Laineet”, jossa jokainen punos on valmistettu turkoosin villalangan eri sävyin. Kuvan 32 tyynysommitelmassa ”Suorat” olen valmistanut kaikki solmeilut harmaan villalangan erisävyin. Kaikista Letit -konseptini malleista olisi saatavilla sekä vaalea-tummapohjainen, että tumma-vaaleapohjainen versio. Letit -mallin takakappaleen piilovetoketjulliseen saumaan työstin Kupla-mallin tapaan Vuorelma Oy:n merkin Vuorelman edustajien antamasta logomerkkinauhasta.

Letit -konseptissa on mielestäni aistittavissa meren tuulahdus ja vapaus. Helmi Vuorelma Oy:n asettamissa raameissa Letit -konseptikin täyttää osan minimalistisen tyylin edustajien esittämistä toiveista. Sen valmistaminen on nopeaa ja onnistuu hyvinkin eritasoisilta käsityön tekijöiltä. Tyynyissä on saatavilla kahta pohjaväriä, jolloin asiakas voi tehdä niistä itselleen hieman tosistaan poikkeavan parin. Letitys, palmikointi ja punonta ovat tekniikoina uusia käsityötarvikepakkausissa, joten tuotteella on myös teknisesti kaivattua uutuusarvoa. Tässä konseptissa voi myös hyödyntää minimalistien toiveiden mukaisesti erilaisia pistoja ja tekniikoita samassa tyynyssä. Letit -konseptin sommittelussa tavoittelin myös minimalistien toivomaa pelkistettyä, selkeää ja ajatonta muotokieltä. Letit -konseptissa minimalistien toiveista jäivät toteutumatta vesipestävyys, koon muunneltavuus ja trendivärien käytön mahdollisuus.

16.4 Tyynykonsepti Letit

Vuorelman edustajat valitsivat toisesta Letit -prototyypisarjastani mallistoonsa suunnitelmat ”Suorat” ja ”Laineet”. ”Laineet” -mallia he pyysivät minua kuitenkin vielä muokkaamaan niin, että palmikot ja pistot kohtaisivat kankaan leikkaussaumassa, eikä palmikko kapenisikaan pikkuhiljaa kuten prototyypissäni. Lisäksi he halusivat minun tekevän esitteisiin vielä punasävyisen ”Suorat” -mallin, jossa letitys tehdään Pylpyrä-mallissa olevin 11 langan palmikoin ja kirjonta yksisuuntaisin etupistoin. (Kuva 33)



Kuva: Satu Itäpää 2009

Kuva 33. Letit -tyynysarjan mallityyny: "Laineet", kuviointi turkoosilla langalla (ylh.), "Suorat", kuviointi punaisella langalla (alh. vas.) ja "Suorat", kuviointi harmaalla langalla (alh. oik.)

Vuorelman edustajat halusivat kustannussyistä jättää myös Letit -konseptin tyynyistä pois piilovetoketjun ja kirjasen tai esitteen, jossa kerrotaan Vuorelmasta yrityksenä ja tuotesuunnitteluni kantavista teemoista. Piilovetoketju koettiin näissäkin tyynyissä turhaksi hinnan korottajaksi. Tyynyn täyttöaukko tullaan siis Letit -konseptissakin ompelemaan perinteisen tapaan käsin. Ompeluohteisiin kirjattiin kuitenkin mahdollisuus asiakkaan omaehtoiseen piilovetoketjun kiinnittämiseen ja työn vuorittamiseen.

Letit -tyynykonseptin tyynymallit tullaan tarjoamaan asiakkaalle vaalea-tumma-pohjavärillä niin, että tyynynpäällisen isompi osa on tumma, vaikkakin vielä kuvissa 32 ja 33 harmaalla langalla kuvioitu "Suorat" -malli on valmistettu vaalea-tumma-pohjavärillä. Yhden pohjaväri vaihtoehdon tarjoaminen kahden sijasta koettiin helpottavan asiakkaan valintaa sekä tyyny-pakkauksen kokoamista Vuorelmalla.

Laadin yhdessä Helmi Vuorelma Oy:n kanssa Letit -konseptin tarvikeluettelon sekä tyynyn valmistus- ja kuviointiohjeistuksen. Letit -käsityötarvikepakkauksen sisältö on kuvassa 34 ja pakkauspussin kuva on liitteessä 17.

Letit -käsityötarvikepakkauksenkin sisällöstä puuttuu ehdottamani Helmi Vuorelma Oy:n tuotemerkki, koska käyttämäni valmiin printtinauhan nurjalla puolella luki tuotteen olevan 100% pellavaa. Nyt tuote ei ole 100% pella-vaa, koska siinä on kirjontalankana villalanka, joten Vuorelman edustajat päättivät jättää nauhan pakkauksesta pois.

Letit -käsityötarvikepakkauksen valmistusohjeet tulevat käsityötarvikepak-kauksen sisälle. Ohjeita ei kaupallisista syistä julkaista tässä opinnäyttees-sä. Letit -käsityötarvikepakkauksen hinnaksi tuli 28 € ja nimeksi Vuorelman edustajat antoivat pakkaukselle ”Kirjottu tyyny Letit”. Kirjottu tyyny Letit -tarvikepakkauksen hinta on huomattavasti edullisempi kuin Vuorelman muiden käsityötarvikepakkauksien. Myyntihinnan laskeminen ei ollut minul-la tavoitteena Letit –konseptinkaan suunnittelussa, joten se tuli minulle yllä-tyksenä.



Kuva: Satu Itäpää 2009

Kuva 34. Kirjottu tyyny Letit -käsityötarvikepakkauksen sisältö.

17 VISIOITA SISUSTUSTYUNYIHIN PAINOTTUAVAN KÄSITYÖTARVIKEPAKKAUKSEN MARKKINOINTIIN JA JATKOKEHITTELYYN

*"I think good design ultimately delivers more than function or beauty. It even does more than bring beauty to the bottom line. Good design makes you feel good... it makes your life better. Good design touches your heart. And when it touches your heart, design and desire become one."*⁶¹

Luovuuden ohella muotoilijan tulee hallita liiketaloudellinen osaaminen, sanoo Deborah Dawton, Iso-Britannian muotoilijoiden etujärjestön Design Business Associationin toimitusjohtaja Kauppalehden Optio-lehdessä.⁶² Olen hänen kanssaan samaa mieltä. Parhaimmillaan muotoilijan ulkopuolinen katsantokanta lyö leimansa tuotekehityksen lisäksi myös yrityksen profiiliin ja liiketoimintaan niitä muuttaen.

Mielikuvaani uudesta käsityöpakkauskonseptista kuuluu oleellisena osana sekä tuotteen että siihen liittyvien oheispalvelujen ja markkinoinnin visioiminen uudelleenlaisiksi kokonaisuudeksi. Olen suunnitellut Kuplat - ja Letit - tyyny-malliston ohelle joitain ideoita, joita mukaillen ja hyödyntäen käsityöpakkauksia voisi sovittaa entistä paremmin 2010-luvun asuun. Näillä ideoillani haluan herätellä käsityötarvikepakkauksia markkinoivia yrityksiä pohtimaan asiakkaan oman tuotesuunnittelun tukemisen ja ohjaamisen mahdollisuuksia, käsityötarvikepakkausten markkinointitapoja ja jopa yrityksen toimenkuvan muuttamista uuteen painopisteeseen.

Aiemmin tässä opinnäytteessäni olen maininnut asiakkaan oman suunnittelun tukemisesta ja suunnittelukilpailujen mahdollisuudesta verkkokaupan yhteydessä. Tämän toimintatavan kautta yritys saisi uusia malleja ja mallisarjoja tuotantoonsa yrityksen asiakaskunnan kasvaessa ja tullessa lojailimmaksi yritystä kohtaan. Suunnittelukilpailut voisivat pohjautua esimerkiksi vuoroin tyynyjen, ryijyjen tai liinojen suunnitteluun. Ideat suunnittelukilpailuihin voisivat olla elämyksellisiä, jolloin mahdollisimman herkulliset tarinat,

⁶¹ Waters 2008, 34

⁶² Dawton 2009, 80

joihin tuotesuunnittelu kullakin suunnittelukilpailuun osallistujalla perustuisi, siivittäisivät uusien suunnitelmien markkinointia. Tämä myös lisäisi ihmisten rohkeutta omien ajatuksensa ja mielikuviansa työstämiseen tekstiilitaiteen keinoin. Suuret ompelukonevalmistajat kuten Bernina, Husqvarna Viking ja Pfaff järjestävät muutaman vuoden välein vastaavia elämyksellisyyteen perustuvia kansainvälisiä tekstiilisuunnittelukilpailuja ja niihin osanotto on innostunutta ja monikansallista. Ompelukonevalmistajat hyödyntävät tekstiilikilpailujen satoa markkinoinnissaan, kuten esimerkiksi lehdistötiedotteissa. He järjestävät myös kansainvälisiä tekstiilinäyttelyitä gallerioissa ja museoissa, joissa esittelevät kilpailujen parhaita töitä.⁶³ Lisäksi kilpailutöistä painetaan toinen toistaan herkullisemman näköisiä katalogeja, joita yritykset myyvät mm. näyttelyissä ja messuilla muiden tuotteidensa ohessa.⁶⁴

Verkkokauppa itsessään ei ole mielestäni kuitenkaan riittävä markkinaväylä käsityötarvikepakkausten myynnille, eivätkä perinteiset käsityömyymälät houkuttele sisäänsä kuin voimakkaasti käsitöihin orientoituneita ihmisiä. Myyntiä pitää jalkauttaa verkkokaupan, kivijalkamyymälöiden ja messujen ohella uusille jälleenmyyjille ja käsitöistä poikkeavien tuotekokonaisuuksien pariin, esimerkiksi hyvinvointituotteita myyville yrityksille.

Käsityötarvikepakkausten markkinointia voisi toteuttaa myös markkinoimalla niitä suoraan käsitöitä ja askartelua tekeville ryhmille kuten päiväkodeille, kerhoille ja kouluille. Tällöin askartelu- ja harrasteryhmät saisivat laadukasta materiaalia tuotteisiinsa ja heidän valmistamansa tuotteet omaisivat tyylikkään design-tuotteen leiman. Määrärahat kerhoilla, harrasteryhmillä ja kouluilla ovat yleensä kyllä pieniä, mutta eivät suinkaan aina. Jos muu vuosi työstetään tuotteita kartonkirullista ja vanhoista kangasflettereistä, niin yhteen laadukkaaseen isältä pojalle tai äidiltä tyttärelle kestävään tuotteeseen on kyllä aina varaa. Itsekin äitinä maksaisin mieluusti vähän ylimääräistäkin, jos lapseni tekisi kerhossaan jonkin pitkäikäisen käyttötuotteen vaikka isovanhemmilleen tai kummeilleen joululahjaksi. Sairaalakoulut ja sairaalat ylipäätään voisivat olla myös hyvinkin kiinnostuneita valmiista nopeasti valmistuvista käsityötarvikepakkauksista, jota potilas voisi itse

⁶³ Husqvarna Viking Sweden 2003

⁶⁴ Pfaff Sewing Machines 2005

modifioida kykyjensä ja jaksamisensa mukaan. Käsityön voimaannuttamisella olisi myös sairaalaympäristössä paljon tarvetta ja tilausta.

Käsityötarvikepakkausten kotimyynti Me and I:n, Tupperwaren tai Party Liten tapaan voisi olla verkkokaupan ja kivijalkamyymälöiden ohella tai omalla konseptinaan herkullinen vaihtoehto. Kotimyynnissä asiakkailta olisi rauhassa aikaa tutustua yrityksen tuotteisiin pullan syönnin ja kahvin juonnin ohella, hyvässä seurassa ja tutussa ympäristössä. Tuote-esittelyn yhteydessä esittelijä voisi ohjata työn valmistamista ja opettaa esimerkiksi erilaisten pistojen ja silmukoiden valmistamista ja ompelun aakkosia.

Mielenkiintoinen markkinavaltaus käsityötarvikepakkauksille olisi mielestäni myös käsityökahvilakonsepti. Kanadan Torontossa on toiminut hyvällä menestyksellä 5-vuotta The Knit Cafe –neulekahvila. The Knit Cafen yritysidea pohjautuu kahvilapalveluiden lisäksi neulelankojen ja neuleohjeiden myyntiin sekä neuleiden valmistamisen ohjeistuksen jakamiseen vapaan seurustelun ohella. Lisäksi The Knit Cafe järjestää organisoituja käsityökurseja, jotka perustuvat esimerkiksi erilaisiin lankateknikoihin ja huovuttamiseen.⁶⁵ Tällaiselle konseptille, jossa käsityötarvikepakkauksia myyvän yrityksen toimenkuva uudistuisi ohjauspalvelun tarjoamiseksi, olisi Suomessakin varmasti kysyntää. Uudella toimialalla yritys voisi järjestää muille yrityksille valmiiksi suunniteltuja työntekijöiden virkistymis- tai koulutuspäiviä, naisteniltoja tai pikkujouluja, joiden aikana valmistettaisiin asiantuntijan ohjauksessa käsityötarvikepakkaukset alusta loppuun. Parhaimmillaan käsityöpakkaukset ja niiden valmistuksen ohjaus muodostaisivat yhdessä tulevaisuuden hyvinvointituotteen.

18 YHTEENVETO

” Menneen kautta hahmotamme muutoksen suuntaa sen näennäisen oikullisuuden läpi, ja voimme suhtautua tulevaisuuteen hieman levollisemmin. Maailma ei kenties sittenkään muutu niin paljon kuin aikalaissokeudessa saatamme kuvitella.”⁶⁶

⁶⁵ The Knit Cafe, yrityksen verkkosivut 2009 [online]

⁶⁶ Seppovaara 2008, 6

Käsityön tekeminen merkitsee monelle ihmiselle terapeutista rentoutumis-
muotoa. Käsityön parissa on helppoa hiljentyä perimmäisten kysymysten
ääreen, saaden samalla, kuin huomaamattaan, jotain näkyvää aikaan omin
käsien tekemällä. Nykypäivänä taito suunnitella ja tehdä tekstiilikäsityötä on
kuitenkin kadoksissa hyvin monella 20-50-vuotiaalla naisella. Tämä on asia,
josta itse kädentaitojen opettajana, kannan suurta huolta. Kiireisessä yh-
teiskunnassamme myös ajan löytäminen käsityön tekoon on monilla vaike-
aa. Monesti ihmisillä olisikin halua tehdä jotain käsityötä itse, mutta rohke-
utta ja aikaa tekemiseen ei tahdo löytyä. Uskon, että tuotteilla ja palveluilla,
jotka kannustavat omin käsien tekemisen ja käsityötaidon lisäämiseen, on ti-
lausta vielä 2010-luvullakin. Käsityötarvikepakkauksilla, joissa asiakas
opastetaan selkeästi helpohkon käsityön tekemiseen, on siis mielestäni ti-
lausta vielä tänä teknologian aikanammekin.

Uuden käsityötarvikepakkauksen suunnittelussa asiakkaiden kuuleminen
on tärkeää. Tuotekehityksen kannalta, uusien visuaalisten ideoiden lisäksi,
on tarkoituksenmukaista muotoilla tuotteeksi kaikki se mistä asiakas mak-
saa. Mielestäni tuotekehityksen tärkein lähtökohta yrityksen liikevaihdon li-
säämisen lisäksi onkin käyttäjän tarpeiden ja toiveiden tyydyttäminen. Tär-
keää on myös tietää minkä tyyli- ja koodissa tavoiteltava asiakasryhmä
asuu, jotta tuotteiden muotoilu ja tyyli saadaan sopimaan oikeaan ympäris-
töön.

Tekemäni käyttäjätutkimuksen pohjalta voi päätellä, että tällä hetkellä 20-
50-vuotiaiden naisten koodissa ovat vallalla maalaisromanttinen, minimalis-
tinen ja kierrättäjähenkkinen sisustustyyli. Näiden sisustustyylien kannattajat
esittivät myös eniten toiveita ja ideoita tee-se-itse-sisustustyyny-konseptin
kehittelyyn. Maalaisromanttisen sisustustyylin edustajien toiveet pikkutar-
kasta kopiointiin pohjautuvasta käsin valmistettavasta kirjonnasta, ovat tul-
kintani mukaan kuitenkin nykyiset markkinoilla olevat käsityötarvikepakka-
ukset jo täyttäneet. Kuvioina heitä kiehtoivat kukat, köynnökset ja perintein-
en suomalaiskansallinen ornamenttiikka. Heille myös perinteinen sisustus-
tyynyjen 40 cm x 40 cm tyynekoko oli mieluinen. Sen sijaan minimalistisen
sisustustyylin ja kierrättäjähenkkinen sisustustyylin edustajien toiveet poik-
kesivat selkeästi tarjolla olevien käsityötarvikepakkausten tyylistä. He

toivoivat käsityötarvikepakkauksina myytäviin sisustustyynyihin enemmän kokoeroja, graafisempaa visuaalista ilmettä ja pelkistetympää kuviomaailmaa, kolmiulotteisuutta ja nopeaa helpohkoa valmistustapaa, joka sopii kädentaidoissaan heikommallekin. Kierrättäjähenkisen tyylin edustajat toivoivat lisäksi käsityötarvikepakkausten myyntihinnan laskemista, sillä he kokivat käsityötarvikepakkausten hinnat nykyisellään korkeiksi.

Metropoliittisen sisustustyylin edustajat esittivät toiveitaan myös pieneen otantaansa nähden paljon. Heidän toiveensa olivat hyvin samanlaisia kuin minimalistisen ja kierrättäjähenkisen sisustustyylin edustajien toiveet. Bohemmin, aistillisen ja koristeellisen sisustustyylin edustajia oli kyselyni otannassa pieni joukko. Heidän toiveensa ja tuotekehitysideansa voi kuitenkin tulkita hyvin yhtäläisiksi muiden sisustustyylilien edustajien kanssa.

Käsityötarvikepakkausta koskevan kyselyni vastauksista erottui selkeästi vastaajien toive siitä, että käsityötarvikepakkaus sisältäisi tulevaisuudessa-kin oikein mitoitettuna kaikki valmiin tuotteen valmistamiseen tarvittavat materiaalit. Uutena tuotekehityssuuntauksena vastaajat toivoivat käsityötarvikepakkauksen materiaaleihin nykyistä enemmän vapaavalinnaisuutta. He halusivat valita tuotteeseen itseään miellyttävät värit suunnittelijan ja yrityksen tarjoamista vaihtoehdoista.

Vastaajat kokivat uuden käsityötekniikan harjoittelun käsityötarvikepakkauksen avulla merkitykselliseksi. Ammatillaisen laatima mallisuunnitelma takaa uudelle käsityötekniikalle onnistuneen lopputuloksen myös visuaalisesti ja näin ensimmäisestäkin tekniikkakokeilusta voi tulla tarkoituksen mukainen ja visuaalisesti kaunis tuote. Käsityötarvikepakkauksiin toivottiin myös erilaisia tekniikoita eritasoisille tekijöille. Tällöin samaa tuotetta voisi valmistaa eritavoin varioiden niin kädentaidoiltaan heikompi kuin taidoiltaan edistyneempikin.

Kyselyni vastaajista yli puolella oli henkilökohtaisesti ollut ainakin yksi käsityötarvikepakkaus. Pääasiallisesti käsityöpakkaukset saivat heiltä positiivista palautetta. Heistä 16:lla oli kuitenkin ainakin yhden käsityöpakkauksen

loppuun saattaminen jäänyt kesken. Syitä käsityön kesken jättämiseen olivat pääasiallisesti ohjeiden epäselvyys ja motivaation loppuminen.

Kuluttajatutkimuksessani esiintyneiden toiveiden ja asiakkaiden esittämien tuotekehitysideoiden siivittämänä suunnittelin Helmi Vuorelma Oy:lle kaksi uudenlaista sisustustyynyn päällistä sisältävää käsityötarvikepakkausta, Kuplat ja Letit. Molemmat suunnitelmani kantoivat vahvasti mukanaan myös Helmi Vuorelma Oy:n historiaan pohjautuvaa identiteettiä, heidän esittämiään toiveita ja rajoitteita sekä minimalistiseen tyyliin mieltyneen kuluttajan tyyliä. Tyynyt tulevat Helmi Vuorelma Oy:n syksyn 2009 mallistoon. Tyynyjen materiaalit ovat Helmi Vuorelma Oy:lle ominaiset: pellavakangas ja villalanka. Minimalistista tyyliä kannattavien asiakkaiden toivomina uudistuksina, Helmi Vuorelma Oy:n asettamissa raameissa, toteutin Kuplat - ja Letit -konsepteissa uusina ideoina mm. tyynyjen nopean ja helpohkon valmistustekniikan, tyynyjen kuviointivärien vaihtoehtoisuuden sekä kuvioiden graafisuuden ja vapaavalintaisuuden.

Tyynyjen muodonannon lisäksi suunnittelin kuluttajatutkimuksessani esiintulleiden toiveiden pohjalta myös uudenlaisen verkkokaupan yhteydessä toimivan palvelukokonaisuuden. Tämän suunnittelemani palvelukokonaisuuden pohjimmaisin idea on vahvistaa asiakkaan lojaaliutta yritystä kohtaan sekä nostattaa asiakkaiden yhteenkuuluvuuden tunnetta. Ideaani uudesta palvelusta kuuluivat mm. verkkokaupan yhteydessä toimiva keskustelu- ja neuvontablogi sekä kuvapankki, jonne asiakkaat voivat lähettää kuvia valmiiksi saattamista tuotteista. Tämä palvelukokonaisuus ei tule toteutumaan Helmi Vuorelma Oy:ssä, resurssien puutteesta johtuen, ainakaan vielä vuoden 2009 aikana.

Käsityötarvikepakkausten markkinoinnista visioin muutamia uudenlaisia konsepteja, joiden toivon herättävän käsityötarvikepakkauksia markkinoivien yritysten mielenkiinnon. Visioimissani konsepteissa käsityötarvikepakkausten myynti jalkautettaisiin joko laajemmalle myymäläsektorille tai muutettaisiin ohjauspainotteisemmaksi. Laajemmalla myymäläsektorilla käsityötarvikepakkauksia markkinoisi käsityöliikkeiden ja verkkokaupan ohella esimerkiksi hyvinvointipalveluihin erikoistuneet myymäläkonseptit ja

sairaalat, jolloin nykyistä laajempi kuluttajakunta voisi löytää käsityötarvikepakkaukset helpommin. Visiossani ohjauspainotteisemmasta käsityötarvikepakkausten markkinoinnista kävin läpi mm. käsityötarvikepakkausten kotimyyntin ja ohjaustoiminnan yhdistämistä sekä käsityökahvilaideaa, jossa molemmissa käsityötarvikepakkausten sekä käsityötarvikkeiden myyntin ja kahvittelun ohella keskityttäisiin käsitöiden ohjaustoimintaan.

Tuotekehitysprosessi, jossa työskennellään ulkopuolisen yrityksen palveluksessa oli minulle kokemuksena uusi, sillä aikaisempi työhistoriani pohjautuu kädentaitojen opettamiseen ja vapaan tekstiilitaiteen tekemiseen. Tämä prosessi avasi näkemystäni tilatusta muotoilusta ja palvelumuotoilusta. Sain huomattavan paljon uutta oppia niin kuluttajatutkimuksen teosta, tuotesuunnittelusta, hinnoittelusta, toimeksiantajayrityksen resurssien mukaisesta työskentelystä, neuvottelutaidosta kuin markkinoinnistakin. Prosessi oli antoisa ja ajoittain hyvin raskaskin, mutta toivon, että saisin tulevaisuudessa työskennellä vastaavien projektien kanssa, jossa tekstiili- ja ompelutaitoni, opettajuuteni ja muotoiluosaamiseni voisivat kohdata asiakkaita palvelevalla tavalla. Olen iloinen, että Helmi Vuorelma Oy oli valmis tarttumaan tähän opinnäytetyöhöni sekä joihinkin tuotekehitys- ja muutosideoihini, joita heille esittelin ja tarjosin. Toiveeni on, että työni avaisi uusia näkymiä tuote- ja markkinointisuunnittelusta myös muille suomalaisille käsityötarvikealaille ja heidän muotoilijoilleen. Onnistuneella muotoilulla ja markkinoinnilla on mahdollisuus saavuttaa tulevaisuudessa uusia sukupolvia käsitöiden terapeutiseen maailmaan.

LÄHTEET

- Alexis, Jeremy (2008). *From Lock-in to Lock-out: Using Design to Create Fiercely Loyal Customers*. In Building Design Strategy, Using Design to Achieve Key Business Objectives. Edited by Lockwood, Thomas; Walton, Thomas. New York. USA. The Design Management Institute.
- Aydemir, Johanna; Opas, Hilikka; Ralli, Ulla; Sneck, Anne; Toivanen, Pirkko (toim.) (2002). Kädentaidot osa 1. Helsinki: WSOY: Weilin + Göös.
- Csíkzentmihályi, Mihály (2005). Flow – elämän virta. Tutkimuksia onnesta, siitä kun kaikki sujuu. Helsinki: Rasalas kustannus.
- Dawton, Deborah (2009). Muotoilija, ala pomon kaveriksi. Tötterman-Lamppu, Helena (toim.) Kauppalehti Optio.19.2.2009. Hansaprint: Kauppalehti Oy.
- Dziersk, Mark (2008). *Visual Thinking: A Leadership Strategy*. In Building Design Strategy, Using Design to Achieve Key Business Objectives. Edited by Lockwood, Thomas; Walton, Thomas. New York. USA. The Design Management Institute.
- Finnanger, Tone (2008). Tildan tapaan. Romanttinen ilme kotiisi. (Suom.) Kivelä, Päivi. Helsinki: Tammi. Tanska: Norhaven Book.
- Franck, Kaj (1991). Muotoilijan tunnustuksia. Form och miljö. Helsinki: Taideteollisen korkeakoulun julkaisusarja B 12. 2.
- Grannas, Mikael (1994). Kilpailukykyisiä tuotteita asiakaslähtöisesti, järjestelmällisesti, tiimityönä. MET.
- Husqvarna Viking Sweden. (2003). Masterpieces 2003 Spirit and Strength. Husqvarna Viking Gallery Of Quilt Art. VSM Group AB.
- Isaksson, Vuokko (1990). Kehrää, kehrää tyttönen. Koivu ja Tähti Oy. Espoo: Gummerus kirjapaino Oy.
- Jaakkola, Juhani; Tunkelo, Eino (1987). Tuotekehitys – ideoista markkinoille. Espoo: Amer-yhtymä Oy. Weilin + Göös.
- Kettunen, Ilkka (2001). Muodon palapeli. Helsinki: WSOY.
- Kojonkoski-Rännäli, Seija. (1995). Ajatus käsissämme. Käsityön käsitteen merkityssisällön analyysi. Turku: Turun yliopiston julkaisuja, sarja C 109.
- Kosonen, Markku. (1981). Puu käsityössä. Teoksessa: Käsien tehty – Hand made. Suomalaista taidekäsityötä 1981. Tainio, Anne; Kamunen Veikko. (toim.) Helsinki: TKO ry, TEXO ry, Ornamo ry.
- Kotchka, Claudia. (2008). *The Design Imperative in Consumer Goods*. In Building Design Strategy, Using Design to Achieve Key Business Objectives. Edited by Lockwood, Thomas; Walton, Thomas. New York. USA. The Design Management Institute.

Pfaff Sewing Machines. (2005). Art Embroidery – A Wide Focus on New Territories. Govin & Govin. Beaumont-le-Roger. Eure-Offset Impressions. France.

Priha, Päikki. (1999). Rakkaat ystävät. Suomen Käsityön Ystävät 120 vuotta. Helsinki: Ajatus.

Puotila, Mikko. (2000). Woodnotes viestii erilaisuuttaan. Teoksesta: Käsintehty Brandi. Käsi- ja taideteollisuusyrittäjän käsikirja. Ruohomäki Harri (toim.). Käsi- ja taideteosliitto. SITRA. Helsinki: Otava.

Pöllänen, Sinikka. (2008). Käsityö hyvinvoinnin lähteenä. Taito. 6 / 2008. Stellatum Oy.

Rams, Dieter. (1985). Uuden lukion kuvaamataito. Osa 2. Moisander, Riitta; Töyssy, Seppo, Vartiainen, Liisa; Viitanen, Pirjo. (toim.) Helsinki: WSOY.

Ruohomäki, Harri (toim.) (2000). Käsintehty Brandi. Käsi- ja taideteollisuusyrittäjän käsikirja. Käsi- ja taideteosliitto. SITRA. Helsinki: Otava.

Sarajas-Korte, Salme. (toim.) (1989). Ars, Suomen taide 4. Helsinki: Otava. Weilin + Göös.

Seppovaara, Juhani. (2008). Muistojen markkinoilla. Helsinki: Otava.

Suomen Käsityön Ystävät. (2008). Suomen Käsityön Ystävien kirjontamallisto. Myyntiesite.

Vihma, Susann. (toim.) (2008). Suomalainen muotoilu, käsityöstä muotoiluun. Helsinki: Weilin + Göös Oy

Waters, Robyn. (2008). *Design with Heart*. In Building Design Strategy, Using Design to Achieve Key Business Objectives. Edited by Lockwood, Thomas; Walton, Thomas. New York. USA. The Design Management Institute.

VERKKOJULKAISUT

Perfetti, Christine (2001). Personas: Matching a Design to the Users' Goals. Luettu 26.9.2009. Saatavissa internetissä <http://www.uie.com/articles/personas/>

Pöllänen Susanna, Kröger Tarja (2000). Käsityön erilaiset merkitykset opetuksen perustana. Jyväskylän yliopisto. s.233-253. Luettu 15.10.2008. Saatavissa internetissä <http://sokl.joensuu.fi/Verkojulkaisut/kipinat/SPetTK.htm>

WWW LÄHTEET

Anne Kyyrö Quinn, yrityksen verkkosivut (2009) [online]. Saatavissa internetissä www.annekyyroquinn.com. Viittausajankohta 10.04.2009.

Anne Salenius Design, yrityksen verkkosivut (2009) [online]. Saatavissa internetissä www.annesaleniusdesign.fi. Viittausajankohta 10.04.2009.

Arabia Finland, yrityksen verkkosivut (2009) [online]. Saatavissa internetissä www.arabia.fi. Viittausajankohta 25.05.2009.

Atelje Margaretha, yrityksen verkkosivut (2009) [online]. Saatavissa internetissä www.margaretha.net/butik/. Viittausajankohta 11.04.2009.

Bon Bon Kakku, yrityksen verkkosivut (2009) [online]. Saatavissa internetissä www.bonbonkakku.com. Viittausajankohta 25.05.2009.

Helmi Vuorelma Oy, yrityksen verkkosivut (2009) [online]. Saatavissa internetissä www.vuorelma.net. Viittausajankohta 11.04.2009.

Johanna Gullichsen, yrityksen verkkosivut (2009) [online]. Saatavissa internetissä www.johannagullichsen.com. Viittausajankohta 10.04.2009.

Kalevala koru Oy, yrityksen verkkosivut (2009) [online]. Saatavissa internetissä www.kalevalakoru.fi. Viittausajankohta 25.05.2009.

Kipikude Ay, yrityksen verkkosivut (2009) [online]. Saatavissa internetissä www.kipikude.fi. Viittausajankohta 10.04.2009.

Klo Design Oy yrityksen verkkosivut (2009) [online]. Saatavissa internetissä www.shopklodesign.fi. Viittausajankohta 10.04.2009.

Naistenpankki, Kirkon ulkomaanapu, yrityksen verkkosivut (2009) [online]. Saatavissa internetissä www.naistenpankki.fi. Viittausajankohta 25.05.2009.

Peekaa Tuote, yrityksen verkkosivut (2009) [online]. Saatavissa internetissä www.peekaa.fi. Viittausajankohta 25.05.2009.

Pirkanmaan Kotityö Oy, yrityksen verkkosivut (2009) [online]. Saatavissa internetissä www.taitopirkanmaa.fi. Viittausajankohta 11.04.2009.

Suomen Käsityön Ystävät, yrityksen verkkosivut (2009) [online]. Saatavissa internetissä www.kasityonystavat.fi/kauppa/. Viittausajankohta 11.04.2009.

The Great Outfit Oy, yrityksen verkkosivut (2009) [online]. Saatavissa internetissä www.gof.fi. Viittausajankohta 10.04.2009.

The Knit Cafe, yrityksen verkkosivut (2009) [online]. Saatavissa internetissä www.theknitcafetoronto.com. Viittausajankohta 25.09.2009.

Tilda-addiktien verkkosivuja (2009) [online]. Saatavissa internetissä <http://finnishilda.blogspot.com>,
<http://pohjoisentilda-addiktit.blogspot.com>,
<http://tilda.heavenforum.com>. Viittausajankohta 03.01.2009.

Wetterhoff Oy, yrityksen verkkosivut (2009) [online]. Saatavissa internetissä www.wetterhoff.fi/portal/suomi/verkkokauppa/. Viittausajankohta 11.04.2009.

JULKAISEMATTOMAT LÄHTEET

Leppä-Peltola, Tiina (2009). Sähköposti viesti Satu Itäpälle 8.2.2009.

KUVALUETTELO

Kansikuvat etu- ja takakannessa. Yksityiskohtia Satu Itäpään käsin kirjoittamista Kuplat ja Letit prototyypeistä. Kuvaaja: Itäpää, Satu. 2009. Kuvaa muokanneet: Itäpää, Satu ja Jokinen, Noora. Kannen taittanut Jokinen, Noora. 2009.

Kuvat 1. ja 2. Suomen Käsityön Ystävät Oy. Suomen Käsityönystävien kirjontamallisto. Kirjotut tyynyt, kodin taideteokset. 2008.

Kuvat 3. ja 4. Pirkanmaan Kotityö Oy:n käsityötarvikepakkausina myytäviä sisustustyynyjä. Taito-shop. Tampere. Kuvaaja: Itäpää, Satu. 2009.

Kuva 5. Helmi Vuorelma Oy:n käsityötarvikepakkausina myytäviä sisustustyynyjä. Vuorelman myymälä. Lahti. Kuvaaja: Itäpää, Satu. 2009.

Kuva 6. Wetterhoff Oy:n käsityötarvikepakkausina myytäviä sisustustyynyjä. Wetterhoffin myymälä. Hämeenlinna. Kuvaaja: Itäpää, Satu. 2009.

Kuva 7. Itäpää, Satu. Kollaasi Tilda – konseptista. Kollaasiin liitetyt ja muokatut kuvat alkuperäisasussaan on leikattu kirjasta: Finnanger, Tone (2008). Tildan tapaan. Romanttinen ilme kotiisi. Kollaasin tekijä: Itäpää, Satu. 2008.

Kuva 8. Helmi Vuorelma Oy:n kutsut VUORELMA 100 arjessa ja juhlassa 1.10-5.12.2009 näyttelyyn. Näyttely pidetään Suomen Käsityön Museossa, Jyväskylässä. Kuvaaja: Itäpää, Satu. 2009. Kutsut on suunnitellut ja alkuperäiset kuvat kuvannut Tiina Leino yhdessä Suomen Käsityön Museon kanssa.

Kuvat 9.-14. Itäpää, Satu. Tee-se-itse-sisustustyynyjen prototyyppejä. Kuvassa 12. Kangastussikuvioinnin on tehnyt Itäpää, Akseli ja aforismin kirjonnin Muukkonen, Aino. Tyynyt on ommellut Itäpää, Satu. Kuvaaja: Itäpää, Satu. 2009.

Kuva 15-16. Itäpää, Satu. Saippuakuplat -mallin ensimmäiset prototyypit. Kuvaaja: Itäpää, Satu. 2009.

Kuva. 17. Itäpää, Akseli. "Merirosvo". 2008. Kuvaaja: Itäpää, Satu. 2009.

Kuvat 18.-23. Itäpää, Satu. Pylväs -, Kumpareet -, Yhdessä -, Olio-mallin ensimmäiset prototyypit. Kuvaaja: Itäpää, Satu 2009.

Kuva 24. Itäpää, Satu. Kuplat -mallin prototyypit. Kuvaaja: Itäpää, Satu 2009.

Kuva 25. Itäpää, Satu ja Akseli. Kupla Blanko-mallin prototyypit. Kuvaaja: Itäpää, Satu 2009.

Kuvat 26. ja 27. Itäpää, Satu. Letit -konseptin prototyypivariaatioita. Kuvaaja: Itäpää, Satu 2009.

Kuva 28. Itäpää, Satu. Palvelukohtaamiset käsityötarvikepakkauksen elinkaarella.

Kuva 29. Itäpää, Satu. Kuplat -tyynykonseptin toinen prototyypisarja. Kuvaaja: Itäpää, Satu 2009.

Kuva 30. Helmi Vuorelma Oy. Kuplat -käsityötarvikepakkauksen mallityyny. Tyynyt kirjonnut Anne-Mari Pulli Helmi Vuorelma Oy:stä. Kuvaaja: Itäpää, Satu 2009.

Kuva 31. Helmi Vuorelma Oy:n Kirjottu tyyny Kuplat -käsityötarvikepakkauksen sisältö. Kuvaaja: Itäpää, Satu 2009.

Kuva 32. Itäpää, Satu. Letit -tyynykonseptin toinen prototyypisarja. Kuvaaja: Itäpää, Satu 2009.

Kuva 33. Helmi Vuorelma Oy:n Letit -käsityötarvikepakkauksen mallityyny. Kuvaaja: Itäpää, Satu 2009.

Kuva 34. Helmi Vuorelma Oy:n Kirjottu tyyny Letit -käsityötarvikepakkauksen sisältö. Kuvaaja: Itäpää, Satu 2009.

Liitteet 2.-8. Itäpää, Satu. 2008. Moodboardit, sisustustyyleistä 1-7.

Liite 16. Helmi Vuorelma Oy. Kuplat -käsityötarvikepakkauksen ja Letit -käsityötarvikepakkauksen käsityötarvikepakkaukspussit. Alkuperäisten pussien kannet kuvannut Helmi Vuorelma Oy. Kuvaaja: Itäpää, Satu 2009.

LIITTEET

Liite 1. Kyselykaavake.

Liite 2. Moodboard, sisustustyyli 1.

Liite 3. Moodboard, sisustustyyli 2.

Liite 4. Moodboard, sisustustyyli 3.

Liite 5. Moodboard, sisustustyyli 4.

Liite 6. Moodboard, sisustustyyli 5.

Liite 7. Moodboard, sisustustyyli 6.

Liite 8. Moodboard, sisustustyyli 7.

Liite 9. Kyselyn vastaajien sisustusmieltymykset ja vastausyhteisöt.

Liite 10. Miksi maalaisromanttisen sisustustyylin nro 1. edustaja ostaa käsityö-tarvikepakkauksen? Mitä toiveita hänellä on sisustustyynykonseptille?

Liite 11. Miksi minimalistisen sisustustyylin nro 2. edustaja ostaa käsityötarvike-pakkauksen? Mitä toiveita hänellä on sisustustyynykonseptille?

Liite 12. Miksi kierrättäjähenkisen sisustustyylin nro 5. edustaja ostaa käsityötar-vikepakkauksen? Mitä toiveita hänellä on sisustustyynykonseptille?

Liite 13. Miksi metropoliittisen sisustustyylin nro 3. edustaja ostaa käsityötarvike-pakkauksen? Mitä toiveita hänellä on sisustustyynykonseptille?

Liite 14. Miksi boheemin sisustustyylin nro 4. edustaja ostaa käsityötarvikepakka-uksen? Mitä toiveita hänellä on sisustustyynykonseptille?

Liite 15. Miksi aistillisen sisustustyylin nro 6. edustaja ostaa käsityötarvikepakka-uksen? Mitä toiveita hänellä on sisustustyynykonseptille?

Liite 16. Miksi koristeellisen sisustustyylin nro 7. edustaja ostaa käsityötarvike-pakkauksen? Mitä toiveita hänellä on sisustustyynykonseptille?

Liite 17. Kupla-käsityötarvikepakkauksen ja Letti-käsityötarvikepakkauksen käsityötarvikepakkaukset.

Liite 1. Kyselykaavake.

Unelmien käsityö tarvikepakkauksena – kysely

Kyselyn teettäjä
Satu Itäpää
Puh: 050-3408818

Vastaajan sukupuoli _____
Vastaajan ikä _____ Sisustustyyleistä parhaiten kotiani kuvaa koti nro _____
Vastaajan ammatti _____

Oletko koskaan ostanut / saanut käsityötä tarvikepakkauksena?

Millainen käsityötarvikepakkaus oli? Kuvaile lyhyesti materiaaleja, tekniikoita, ohjeiden selkeyttä ja kuviomaailmaa.

Toteutitko pakkauksen sisällön valmiiksi tuotteeksi? Jos et, niin miksi et toteuttanut sisältöä valmiiksi tuotteeksi?

Miksi ostat / ostaisit käsityötarvikepakkauksen? Rastita kaikki mielipiteet, jotka vaikuttavat ostopäätökseesi.

- Itsenäinen tuotteen suunnittelu pelottaa, valmis suunnitelma on aina varma valinta.
- Pakkauksen avulla on turvallista harjoitella uutta tekniikkaa ja valmiin suunnitelman avulla ensimmäisestäkin tuotteesta tulee visuaalisesti onnistunut.
- On mukavaa kun kaikki tarvittavat materiaalit nippeleineen ja nappeineen sisältyvät pakkaukseen, eikä niitä tarvitse itse erikseen lähteä ostamaan.
- Pakkauksen sisältämiä materiaaleja on vaikeaa löytää lähialueeni kangas-, käsityö- ja ompelutarvikekaupoista. Täten pakkauksen hankkiminen helpottaa juuri oikeanlaisten materiaalien saatavuutta.
- Ostan pakkauksen lahjaksi ystävälleni, anopilleni, äidilleni tms.
- Annan lasteni valita mieleisensä pakkauksen käsityökatalogista, jolloin takaan sen, että tekemäni käsityö on heille aina mieluinen kuvioiltaan, materiaaleiltaan ja väreiltään.
- Käsityöpakkaukset ovat houkuttelevia heräteostoksia jo sellaisenaankin.
- En missään tilanteessa ostaisi käsityöpakkausta, koska otan mieluummin ohjeen käsityölehdistä ja ostan mieluummin itse malliin tarvittavat materiaalit.
- En missään tilanteessa ostaisi käsityöpakkausta, haluan suunnitella aina kaikki käsityöni itse.
- En osta käsityöpakkausta, koska niiden hinnat tuntuvat aina mielestäni liian kalliilta.

Kun ostat käsityötarvikepakkauksen, ostatko sen mieluiten messuilta, internetistä, käsityöliikkeestä?

Oletko koskaan kuullut käsityötao Helmi Vuorelmasta?

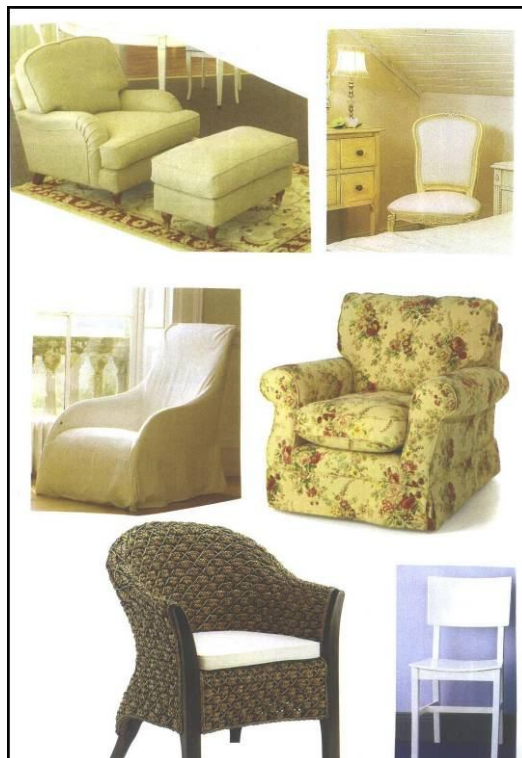
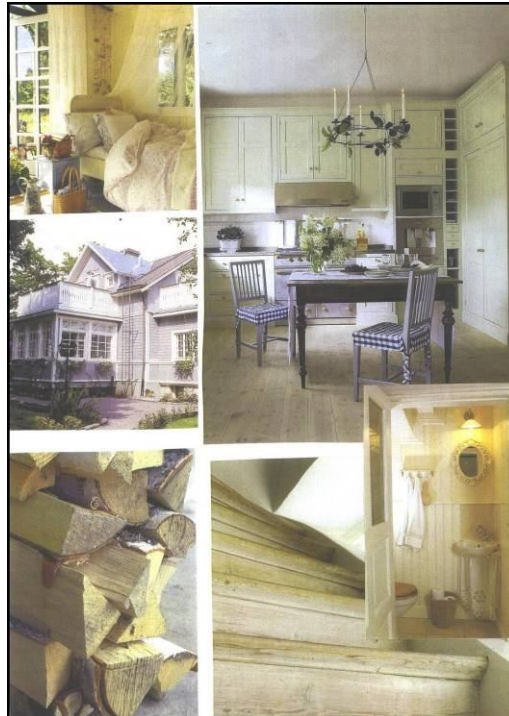
Kuvaile muutamalla sanalla millaisia mielleyhtymiä Helmi Vuorelma Oy sinussa herättää?

Tuotekehitysideoita käsityötarvikepakkauksena myytävän **sisustustyyny**konseptin suunnitteluun (muoto, väri, koko, tyyli, kuviointi, tekniikat...). Tai muuta kommentoitavaa kyselyn tiimoilta.

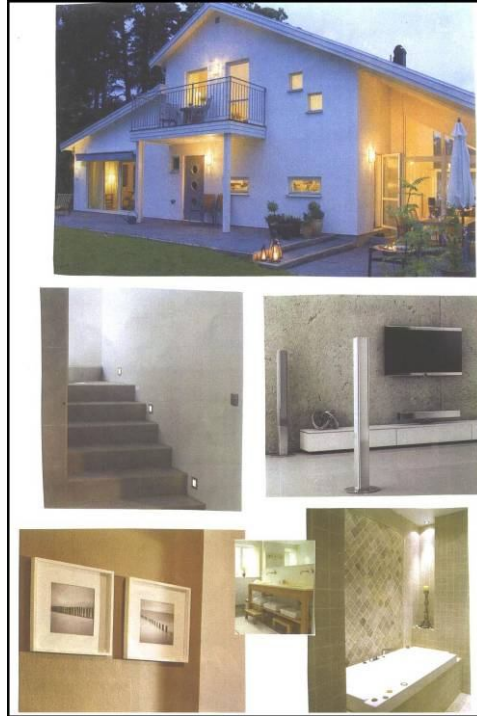
Todella paljon kiitoksia vastauksestasi!

Satu Itäpää

Lite 2. Moodboard sisustus nro 1.

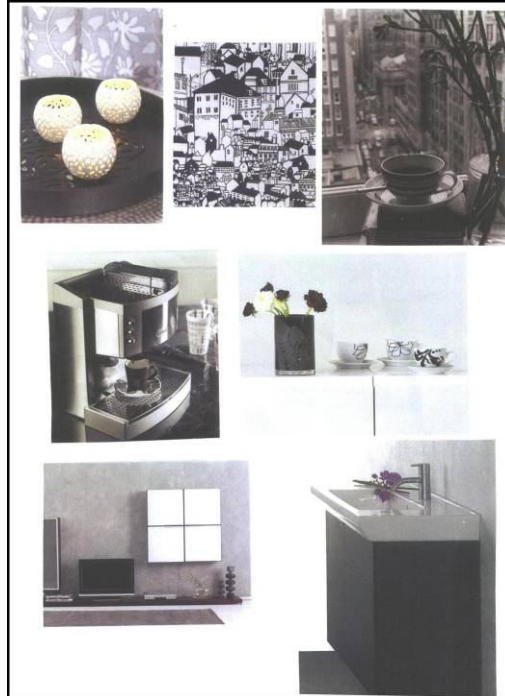


Liite 3. Moodboard sisustus nro 2.



Satu Itäpää © 2009

Liite 4. Moodboard sisustus nro 3.



Liite 6. Moodboard sisustus nro 5.



Liite 7. Moodboard sisustus nro 6.



Lite 8. Moodboard sisustus nro 7.



Liite 9. Kyselyn vastaajien sisustusmieltymykset ja vastausyhteisöt.

Sisustus- tyyli x / 88 vastaajaa	Oulun kansalais- opisto 36 vastaa- jaa	Kempeleen kansalais- opisto 12 vastaajaa	Wellamo- opisto, Lahti 9 vastaajaa	Srk:n Per- he-kerho, Lahti 21 vastaajaa	Ystävät 9 vastaa- jaa
nro 1, maalaisro- manttinen 28 / 88	7	11	1	8	1
nro 2, minimalistinen 22 / 88	15			5	2
nro 3, metropoliittinen 11 / 88	4		4	2	1
nro 4, boheemi 4 / 88	1		1	1	1
nro 5, kierrättäjähenkkinen 17 / 88	7	1	3	2	4
nro 6, aistillinen 2 / 88	1			1	
nro 7, koristeellinen 3 / 88	1			2	

Satu Itäpää 2009

Liite 10. Miksi maalaisromanttisen sisustustyylin nro 1. edustaja ostaa käsityötarvikepakkauksen? Mitä toiveita hänellä on sisustustyynykonseptille?

Miksi sisustustyylin nro 1. edustaja ostaa / ostaisi käsityötarvikepakkauksen?	Vastajia yhteensä 28 hlö:ä (88)	
Itsenäinen tuotteen suunnittelu pelottaa, valmis suunnitelma on aina varma valinta.	7	(15)
Pakkauksen avulla on turvallista harjoitella uutta tekniikkaa ja valmiin suunnitelman avulla ensimmäisestäkin tuotteesta tulee visuaalisesti onnistunut.	16	(56)
On mukavaa kun kaikki tarvittavat materiaalit nippeleeneen ja nappeineen sisältyvät pakkaukseen, eikä niitä tarvitse itse erikseen lähteä ostamaan.	22	(67)
Pakkauksen sisältämiä materiaaleja on vaikeaa löytää lähialueeni kangas-, käsityö- ja ompelutarvikekaupoista. Täten pakkauksen hankkiminen helpottaa juuri oikeanlaisten materiaalien saatavuutta.	3	(10)
Ostan pakkauksen lahjaksi ystävälleni, anopilleni, äidilleni tms.	6	(23)
Annan lasteni valita mieleisensä pakkauksen käsityökatalogista, jolloin takaan sen, että tekemäni käsityö on heille aina mieluinen kuvioltaan, materiaaleiltaan ja väreiltään.	4	(9)
Käsityöpakkaukset ovat houkuttelevia heräteostoksia jo sellaisenaankin.	9	(21)
En missään tilanteessa ostaisi käsityöpakkausta, koska otan mieluummin ohjeen käsityölehdistä ja ostan mieluummin itse malliin tarvittavat materiaalit	2	(7)
En missään tilanteessa ostaisi käsityöpakkausta, haluan suunnitella aina kaikki käsityöni itse.	2	(11)
En osta käsityöpakkausta, koska niiden hinnat tuntuvat aina mielestäni liian kalliilta.	5	(14)

Satu Itäpää 2009

Sisustustyylin nro 1. Tuotekehitysideat / toiveet sisustustyynykonseptille	Yhteensä 28 vastaajaa
tekniikoita eritasoisille tekijöille	4
käsinkirjonta ja ristipisto	4
eri väri vaihtoehtoja	3
villalangat	3
ei pieni, eikä suuri, 40 cm x 40 cm hyvä	2
suorakaiteen muoto vaihtoehtona	2
itse muodostettava pakkaus	2
hauska juju	1
applikaatio	1
ruutukankaita ja pitsejä	1
kankaiden sommittelussa jotain uutta jota itse ei keksi	1
iso	1
ylellinen kangas	1
eläinhahmo	1
itämisiä kuvioita	1
luontoaiheet	1
rokokoo / barokki kuviomaailmaa	1
väreinä lila, musta, kultainen, tumma sininen, ruskea	1
lieriön muoto	1
valinnaisesti vaaleapohja, tummapohja	1
perinteinen	1
jugend-tyyli	1
ryijynukka	1
virkkkaus	1
tilkkutyö valmiiksi leikatuin palasin	1
edullinen	1
nuorekas	1
vaalea	1
ei kirjava	1
ei mummomainen	1
nahka	1

Satu Itäpää 2009

Liite 11. Miksi minimalistisen sisustustyynin nro 2. edustaja ostaa käsityötarvike-pakkauksen? Mitä toiveita hänellä on sisustustyynykonseptille?

Miksi sisustustyynin nro 2. edustaja ostaa / ostaisi käsityötarvikepakkauksen?	Vastajia yhteensä 22 hlö:ä (88)
Itsenäinen tuotteen suunnittelu pelottaa, valmis suunnitelma on aina varma valinta.	6 (15)
Pakkauksen avulla on turvallista harjoitella uutta tekniikkaa ja valmiin suunnitelman avulla ensimmäisestäkin tuotteesta tulee visuaalisesti onnistunut.	16 (56)
On mukavaa kun kaikki tarvittavat materiaalit nippeleineen ja nappeineen sisältyvät pakkaukseen, eikä niitä tarvitse itse erikseen lähteä ostamaan.	19 (67)
Pakkauksen sisältämiä materiaaleja on vaikeaa löytää lähialueeni kangas-, käsityö- ja ompelutarvikekaupoista. Täten pakkauksen hankkiminen helpottaa juuri oikeanlaisten materiaalien saatavuutta.	1 (10)
Ostan pakkauksen lahjaksi ystävälleni, anopilleni, äidilleni tms.	8 (23)
Annan lasteni valita mieleisensä pakkauksen käsityökatalogista, jolloin takaan sen, että tekemäni käsityö on heille aina mieluinen kuvioiltaan, materiaaleiltaan ja väreiltään.	3 (9)
Käsityöpakkaukset ovat houkuttelevia heräteostoksia jo sellaisenaankin.	6 (21)
En missään tilanteessa ostaisi käsityöpakkausta, koska otan mieluummin ohjeen käsityölehdistä ja ostan mieluummin itse malliin tarvittavat materiaalit.	2 (7)
En missään tilanteessa ostaisi käsityöpakkausta, haluan suunnitella aina kaikki käsityöni itse.	1 (11)
En osta käsityöpakkausta, koska niiden hinnat tuntuvat aina mielestäni liian kalliilta.	3 (14)

Satu Itäpää 2009

Sisustustyyni nro 2. Tuotekehitysideat / toiveet sisustustyynykonseptille	Yhteensä 22 vastaajaa
selkeä, pelkistetty tyyli	7
lastenhuoneeseen	6
selkeät perusvärit ja luonnonvärit, joista useita värimalleja	6
lattiatyyny	5
helppo ja nopea toteuttaa	5
neliskulmainen	4
laadukas, kulutusta kestävä, pitkäikäinen tuote	4
vesipestävä	3
moderneja kuvioita	3
kolmiulotteinen	3
selkeät ohjeet	3
suorakaide	2
erilaisia pistoja / tekniikoita saamaan tyynyyn	2
trendivärit	2
tekeminen ei pinnistelyä vaan rentouttavaa	1
vaikka t-paidan mallinen	1
eri tasoisille tekijöille eri versiot	1
punaista, poltettu oranssi	1
huopa, kirjonta, ryijy, kangaspuilla kudonta	1
tilkkutyö, tilkkumaalaus, tilkkutyössä palat leikattu valmiiksi	1
paljetteja	1
valkokirjonta	1
nyppyntymätön	1
uusia ideoita	1
keskikokoinen	1
raitoja	1
ei röyhelöitä	1
perheen yhteiseen valmistamiseen sopiva tekniikka tai lasten tekemä työ	1
ei askartelunomainen	1

Satu Itäpää 2009

Liite 12. Miksi kierrättäjähenkisen sisustustyylin nro 5. edustaja ostaa käsityötarvikepakkauksen? Mitä toiveita hänellä on sisustustyynykonseptille?

Miksi sisustustyylin nro 5. edustaja ostaa / ostaisi käsityötarvikepakkauksen?	Vastaaajia yhteensä 17 hlö:ä (88)
Itsenäinen tuotteen suunnittelu pelottaa, valmis suunnitelma on aina varma valinta.	2 (15)
Pakkauksen avulla on turvallista harjoitella uutta tekniikkaa ja valmiin suunnitelman avulla ensimmäisestäkin tuotteesta tulee visuaalisesti onnistunut.	12 (56)
On mukavaa kun kaikki tarvittavat materiaalit nippeleineen ja nappeineen sisältyvät pakkaukseen, eikä niitä tarvitse itse erikseen lähteä ostamaan.	11 (67)
Pakkauksen sisältämiä materiaaleja on vaikeaa löytää lähialueeni kangas-, käsityö- ja ompelutarvikekaupoista. Täten pakkauksen hankkiminen helpottaa juuri oikeanlaisten materiaalien saatavuutta.	3 (10)
Ostan pakkauksen lahjaksi ystävälleni, anopilleni, äidilleni tms.	6 (23)
Annan lasteni valita mieleisensä pakkauksen käsityökatalogista, jolloin takaan sen, että tekemäni käsityö on heille aina mieluinen kuvioiltaan, materiaaleiltaan ja väreiltään.	1 (9)
Käsityöpakkaukset ovat houkuttelevia heräteostoksia jo sellaisenaankin.	3 (21)
En missään tilanteessa ostaisi käsityöpakkausta, koska otan mieluummin ohjeen käsityölehdistä ja ostan mieluummin itse malliin tarvittavat materiaalit.	1 (7)
En missään tilanteessa ostaisi käsityöpakkausta, haluan suunnitella aina kaikki käsityöni itse.	5 (11)
En osta käsityöpakkausta, koska niiden hinnat tuntuvat aina mielestäni liian kalliilta.	6 (14)

Satu Itäpää 2009

Sisustustyyli nro 5. Tuotekehitysideat / toiveet sisustustyynykonseptille	Yhteensä 17 vastaajaa
pohjaan muutamia perusvärejä ja materiaaleja ja kokoja	6
tilaa oman vision toteuttamiseen	4
koristeluihin ja saumauksiin enemmän valinnanvaraa	3
vanhojen tekstiilien esim tyynejen muodistaminen	3
kankaanpainanta – tarvikkeet valmiina, mutta kuviot voi keksiä itsekin	2
huopa ja nahka yhdistettynä	2
ekologiset arvot	2
huovutus	2
ei ruusukuviota tai kukkia	2
epätavallisen erikoista	2
kolmiulotteisuus	1
rekipeittokirjonta	1
ompelukonekirjonta	1
tämän päivän trendejä	1
kestävä	1
laadukas	1
neulonta	1
tilkkutyö	1
ei liikaa materiaalia pakkaukseen, ei siis materiaalin pakkomyyntiä	1
ei ristipistoja	1
tekniikka, jota on itsenäisesti vaikea toteuttaa tai johon on vaikeaa löytää materiaaleja	1
harjoitustilkku mukaan	1
pellava	1
lapsille silitysarkki tai kimalleliimaa	1
retrot mallit	1
50-luvun tyyliset ornamentit	1
suorakaide	1
pyöreä	1
ei neliö	1

Satu Itäpää 2009

Liite 13. Miksi metropoliittisen sisustustyylin nro 3. edustaja ostaa käsityötarvike-pakkauksen? Mitä toiveita hänellä on sisustustyynykonseptille?

Miksi sisustustyylin nro 3. edustaja ostaa / ostaisi käsityötarvikepakkauksen	Vastaajia yhteensä 11 hlö:ä (88)	
Itsenäinen tuotteen suunnittelu pelottaa, valmis suunnitelma on aina varma valinta.	1	(15)
Pakkauksen avulla on turvallista harjoitella uutta tekniikkaa ja valmiin suunnitelman avulla ensimmäisestäkin tuotteesta tulee visuaalisesti onnistunut.	8	(56)
On mukavaa kun kaikki tarvittavat materiaalit nippeleineen ja nappeineen sisältyvät pakkaukseen, eikä niitä tarvitse itse erikseen lähteä ostamaan.	7	(67)
Pakkauksen sisältämiä materiaaleja on vaikeaa löytää lähialueeni kangas-, käsityö- ja ompelutarvikekaupoista. Täten pakkauksen hankkiminen helpottaa juuri oikeanlaisten materiaalien saatavuutta.	1	(10)
Ostan pakkauksen lahjaksi ystävälleni, anopilleni, äidilleni tms.	2	(23)
Annan lasteni valita mieleisensä pakkauksen käsityökatalogista, jolloin takaan sen, että tekemäni käsityö on heille aina mieluinen kuvioitaan, materiaaleiltaan ja väreiltään.	1	(9)
Käsityöpakkaukset ovat houkuttelevia heräteostoksia jo sellaisenaankin.		(21)
En missään tilanteessa ostaisi käsityöpakkausta, koska otan mieluummin ohjeen käsityölehdistä ja ostan mieluummin itse malliin tarvittavat materiaalit.	2	(7)
En missään tilanteessa ostaisi käsityöpakkausta, haluan suunnitella aina kaikki käsityöni itse.	2	(11)
En osta käsityöpakkausta, koska niiden hinnat tuntuvat aina mielestäni liian kalliilta.	1	(14)

Satu Itäpää 2009

Sisustustyylin nro 3. Tuotekehitysideat / toiveet sisustustyynykonseptille	Yhteensä 11 vastaajaa
monta eri väri vaihtoehtoa	3
useampi koko tarjolla	2
isokokoinen lattiatyyny	2
huopa	1
muoto muu kuin pyöreä tai neliö	1
ei harmaa tai beige	1
iso, selkeä kuvio	1
perinnetekniikka	1
edullinen hinta	1
yksinkertainen	1
lastenhuoneeseen	1
tanskalaistyyppinen	1
rustiikkinen	1
eläinaiheinen	1
kolmiulotteinen	1
ekologinen	1

Satu Itäpää 2009

Liite 14. Miksi boheemin sisustustyylin nro 4. edustaja ostaa käsityötarvikepakkausten? Mitä toiveita hänellä on sisustustyynykonseptille?

Miksi Lilli sisustustyylin nro 4. edustaja ostaa / ostaisi käsityötarvikepakkauksen	Vastajia yhteensä 4 hlö:ä (88)	
Itsenäinen tuotteen suunnittelu pelottaa, valmis suunnitelma on aina varma valinta.		(15)
Pakkauksen avulla on turvallista harjoitella uutta tekniikkaa ja valmiin suunnitelman avulla ensimmäisestäkin tuotteesta tulee visuaalisesti onnistunut.	4	(56)
On mukavaa kun kaikki tarvittavat materiaalit nippeleineen ja nappeineen sisältyvät pakkaukseen, eikä niitä tarvitse itse erikseen lähteä ostamaan.	3	(67)
Pakkauksen sisältämiä materiaaleja on vaikeaa löytää lähialueeni kangas-, käsityö- ja ompelutarvikekaupoista. Täten pakkauksen hankkiminen helpottaa juuri oikeanlaisten materiaalien saatavuutta.	2	(10)
Ostan pakkauksen lahjaksi ystävälleni, anopilleni, äidilleni tms.	2	(23)
Annan lasteni valita mieleisensä pakkauksen käsityökatalogista, jolloin takaan sen, että tekemäni käsityö on heille aina mieluinen kuvioiltaan, materiaaleiltaan ja väreiltään.		(9)
Käsityöpakkaukset ovat houkuttelevia heräteostoksia jo sellaisenaankin.	2	(21)
En missään tilanteessa ostaisi käsityöpakkausta, koska otan mieluummin ohjeen käsityölehdistä ja ostan mieluummin itse malliin tarvittavat materiaalit.		(7)
En missään tilanteessa ostaisi käsityöpakkausta, haluan suunnitella aina kaikki käsityöni itse.		(11)
En osta käsityöpakkausta, koska niiden hinnat tuntuvat aina mielestäni liian kalliilta.		(14)

Satu Itäpää 2009

Sisustustyylin nro 4. Tuotekehitysideat / toiveet sisustustyynykonseptille	Yhteensä 4 vastaajaa
kirjonta	1
nykyaikainen kuvamaailma	1
perhoset ja kukat	1
ei kopeliinikankaita	1
ei ristipistoja	1
ei virkattuja tyynypäällisiä	1
nopeasti ja helposti toteutettavaa, mutta kivaa ja näyttävää	1
kankaanpainanta	1

Satu Itäpää 2009

Liite 15. Miksi koristeellisen sisustustyylin nro 7. edustaja ostaa käsityötarvikepakka-
uksen? Mitä toiveita hänellä on sisustustyynykonseptille?

Miksi sisustustyylin nro 7. edustaja ostaa / ostaisi käsityötarvikepakkauksen	Vastajia yhteensä 3 hlö:ä (88)
Itsenäinen tuotteen suunnittelu pelottaa, valmis suunnitelma on aina varma valinta.	2 (15)
Pakkauksen avulla on turvallista harjoitella uutta tekniikkaa ja valmiin suunnitelman avulla ensimmäisestäkin tuotteesta tulee visuaalisesti onnistunut.	1 (56)
On mukavaa kun kaikki tarvittavat materiaalit nippeleineen ja nappeineen sisältyvät pakkaukseen, eikä niitä tarvitse itse erikseen lähteä ostamaan.	3 (67)
Pakkauksen sisältämiä materiaaleja on vaikeaa löytää lähialueeni kangas-, käsityö- ja ompelutarvikekaupoista. Täten pakkauksen hankkiminen helpottaa juuri oikeanlaisten materiaalien saatavuutta.	(10)
Ostan pakkauksen lahjaksi ystävälleni, anopilleni, äidilleni tms.	(23)
Annan lasteni valita mieleisensä pakkauksen käsityökatalogista, jolloin takaan sen, että tekemäni käsityö on heille aina mieluinen kuvioiltaan, materiaaleiltaan ja väreiltään.	1 (9)
Käsityöpakkaukset ovat houkuttelevia heräteostoksia jo sellaisenaankin.	1 (21)
En missään tilanteessa ostaisi käsityöpakkausta, koska otan mieluummin ohjeen käsityölehdistä ja ostan mieluummin itse malliin tarvittavat materiaalit.	(7)
En missään tilanteessa ostaisi käsityöpakkausta, haluan suunnitella aina kaikki käsityöni itse.	(11)
En osta käsityöpakkausta, koska niiden hinnat tuntuvat aina mielestäni liian kalliilta.	(14)

Satu Itäpää 2009

Sisustustyylin nro 7. Tuotekehitysideat / toiveet sisustustyynykonseptille	Yhteensä 3 vastausta
ryijy-tyyny	1
selkeä kuva	1
sohvatyyny	1
lapselle suunnattu tyyny, jonka kummi-/mummi/äiti voi tehdä syntymäajoista, nimistä jne.	1

Satu Itäpää 2009

Liite 16. Miksi aistillisen sisustustyylin nro 6. edustaja ostaa käsityötarvikepakka-
uksen?

Miksi sisustustyylin nro 6. edustaja ostaa / ostaisi käsityötarvikepakkauksen	Vastajia yhteensä 2 hlö:ä (88)
Itsenäinen tuotteen suunnittelu pelottaa, valmis suunnitelma on aina varma valinta.	(15)
Pakkauksen avulla on turvallista harjoitella uutta tekniikkaa ja valmiin suunnitelman avulla ensimmäisestäkin tuotteesta tulee visuaalisesti onnistunut.	2 (56)
On mukavaa kun kaikki tarvittavat materiaalit nippeleineen ja nappeineen sisältyvät pakkaukseen, eikä niitä tarvitse itse erikseen lähteä ostamaan.	2 (67)
Pakkauksen sisältämiä materiaaleja on vaikeaa löytää lähialueeni kangas-, käsityö- ja ompelutarvikekaupoista. Täten pakkauksen hankkiminen helpottaa juuri oikeanlaisten materiaalien saatavuutta.	1 (10)
Ostan pakkauksen lahjaksi ystävälleni, anopilleni, äidilleni tms.	(23)
Annan lasteni valita mieleisensä pakkauksen käsityökatalogista, jolloin takaan sen, että tekemäni käsityö on heille aina mieluinen kuvioiltaan, materiaaleiltaan ja väreiltään.	(9)
Käsityöpakkaukset ovat houkuttelevia heräteostoksia jo sellaisenaankin.	1 (21)
En missään tilanteessa ostaisi käsityöpakkausta, koska otan mieluummin ohjeen käsityölehdistä ja ostan mieluummin itse malliin tarvittavat materiaalit.	(7)
En missään tilanteessa ostaisi käsityöpakkausta, haluan suunnitella aina kaikki käsityöni itse.	(11)
En osta käsityöpakkausta, koska niiden hinnat tuntuvat aina mielestäni liian kalliilta.	(14)

Satu Itäpää 2009

Itäpää, Satu-Maarit 2009. 2010-luvun sisustustyyny käsityötarvikepakkausten muotoilu ja markkinointi-strategioita. Tee-se-itse-sisustustyynypakkaukset 'Kuplat' ja 'Letit' Helmi Vuorelma Oy:lle.

Liite 17. Kuplat -käsityötarvikepakkauksen ja Letit -käsityötarvikepakkauksen käsityötarvikepakkaukset.



Kuva Satu Itäpää 2009. Alkuperäinen kuva pussien kannessa Helmi Vuorelma Oy.

