

# Tuotekehitys ja innovointi tekniikat 3

Markkinat ja Tieto

2x45min

Jotpa koulutus 08.11.2024

Marjo Hartikainen- Responsible Textile Consulting



# Markkinoiden anti tuotekehitykselle ja innovoinnille

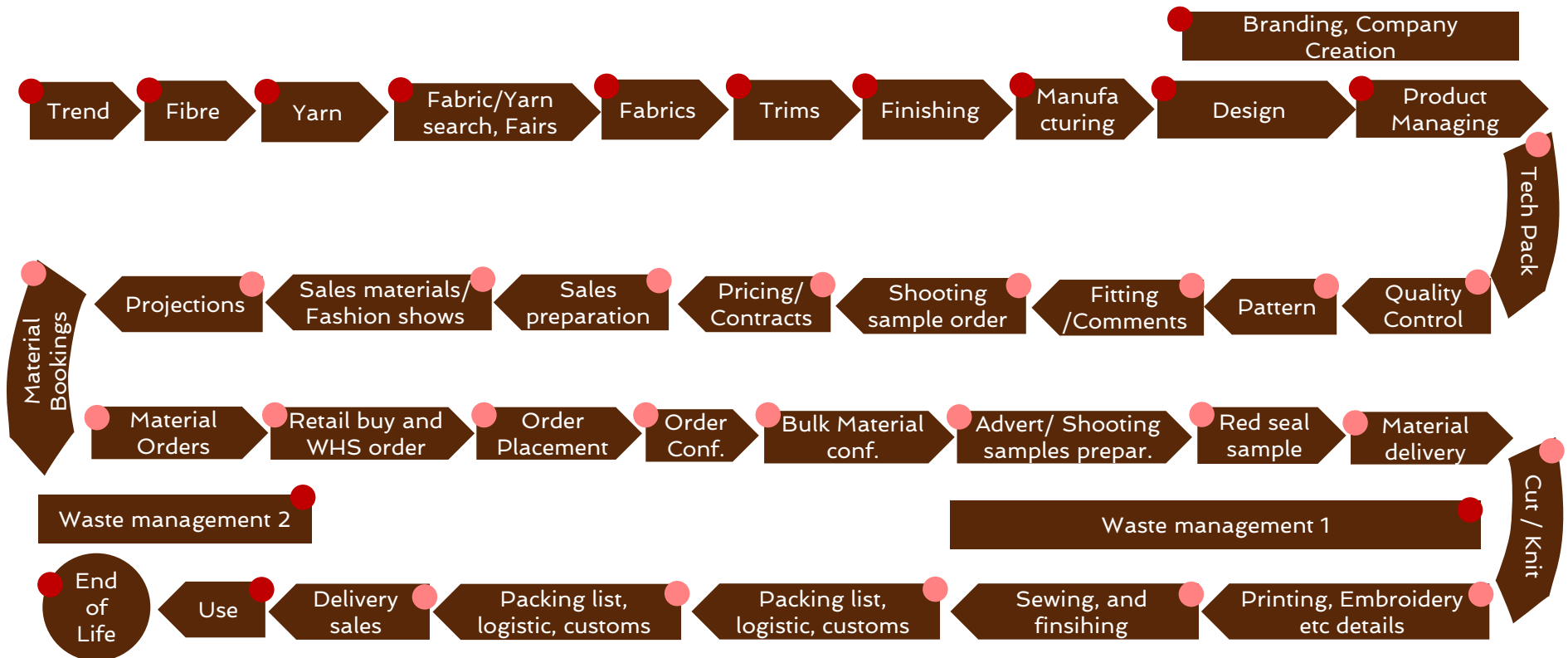
Markkina analyysit pohjana Innovaatiolle

- Markkinatietous on tärkeä osa tuotekehitystä. Se auttaa tuotetuntemuksessa, materiaali kehittämissä, mallistokehittämissä, myynnin (WHS) ja oston (Retail) järjestämisessä jne.
- Markkinatuntemusta ei pidä aliarvioida ja se ei tarkoita samaa kuin kopiointi.



# Missä markkinatuntemusta tarvitaan

Kuten tiedämme, tuotteen kehittämisen elinkaari on pitkä, missä kaikkialla markkinatuntemus on paikallaan:



# Trendituntemus

Trend tarkoittaa ideoitten virtausta. Ihmiset ovat itse trendien tuottajia ja käyttäjiä. Muotitrendi on yleensä suuren trendien jatke. Poliittiset, taloudelliset ja taiteelliset-trendit liittyvät ajankohtaisiin käyttäytymismalleihin. Ne muuttuvat yhteiskunnallisen kehityksen mukana joko itsestään tai hallitusten ja/tai vaikuttajaryhmien tukemina.

Esimerkit:

- A. Sodot ja ekonominen epävakaus : Cocooning/ Oversized
- B. EU ja paikallis hallitukset tukevat tekstiilien vihreää siirtymää

Trendit jakautuvat moniin alaryhmiin kuten: Institutionaaliset trendit, tietyn sektorin trendit, alakulttuurien trendit, pitkän aikavälin trendi, teema trendit (sportive, ethnic, futuristic, nostalgic technical, product, etc.)

Trendi markkinatuntemusta kerätään: Messuilta, sosiaalisesta mediasta, suurista tapahtumista, taiteesta, kadulta, lilikeistä jne. Trenditoimistoistot/konsultit/agentit ovat oiva apu. He kokoavat kaikista trendilähteistä helposti kulutettavia paketteja nopeaan käyttöön.



# Markkinatuntemus: Materiaali Messut

Performance Days\_ materiaali ja urheiluvaate messut

[The Loop - Show. Search. Sample. - PERFORMANCE DAYS functional fabric fair](#)



ISPO materiaalit ja talviurheilutuote messut

[ISPO Munich: the largest trade fair for the sports industry. Online.](#)



PV

[Première Vision | Événements pour les professionnels de la mode \(premierevision.com\)](#)



Texworld

[Fabric fair Paris \(messefrankfurt.com\)](#)



Pitti Filatti

[Video of Pitti Filati 90 \(pittimmagine.com\)](#)



Paikalliset vaatemessut Tukholma, Köhpenhamina, Berliini, amsterdam  
London, Paris, Milano, Barcelona, NYC

# Markkinatutkimus fyysisissä liikkeissä/kadulla

Competition shopping/ Market research/ Store check=  
Markkinatutkimus fyysisissä liikkeissä. Mihin sitä tarvitaan?

**Materiaalianalyysi:** Materiaali laadut, mitkä luonnon kuidut on in, käytetäänkö sekoitteita vai monomateriaalia

Testi: Menkää oman kaupunkinne liikkeisiin ja tarkastakaa, kuinka monesta löydätte tuotteita jotka on tehty kierrätetyistä materiaaleista.

**Mallistoanalyysi:** Kuinka paljon alaosia, kuinka paljon yläosia. Milloin takit tulevat kaappoihin. Milloin alkaa alennusmyynti, onko kampanioita, tärkeimmät merkit sektorilla missä työskentelet, hinnat, värikartta.

**Tuoteanalyysi:** Onko uusia yksityiskohtia, leikauksia, mikä on tärkein vaatteiden silhuetti, kaulaukkojen muoto, housun leveys, onko paljon hameita, housuja vai mekkoja.

- VINKKI, jos olet menossa liikkeeseen jossa myydään omia/työnantajasi tuotteita, sovi tapaminen myyjän kanssa. He pitävät kovasti, että 'päämajasta' tullaan käymään ja heiltä saat erittäin hyvää melkein suoraa asiakas palautetta



# Store day

## Henkilöstön ”työ”päivä omassa liikkeessä

Etukäteen suunniteltu ‘workshop ‘ merkin omassa liikkeessä. Päivän suunnittelu vastuu on tuotepäälliköllä tai merkin toimitusjohtajalla

**Paikka:** Flagship store (=Pääliike) tai Key Account shop in shop (=Tärkeimmän asiakkaan osasto merkille)

### Mitä:

- 1.Yhdistetään usein somistus, kokoelma tai materiaali koulutukseen liiken henkilökunnalle.
2. Pyydetään kaupan työryhmää valmistelevaan lyhyt « Bestseller/ Slowmover» esitys. Sen lisäksi puhutaan tuote palautuksista, istuvuus onglemista ja hyvästä palautteesta.

### Hyödyt:

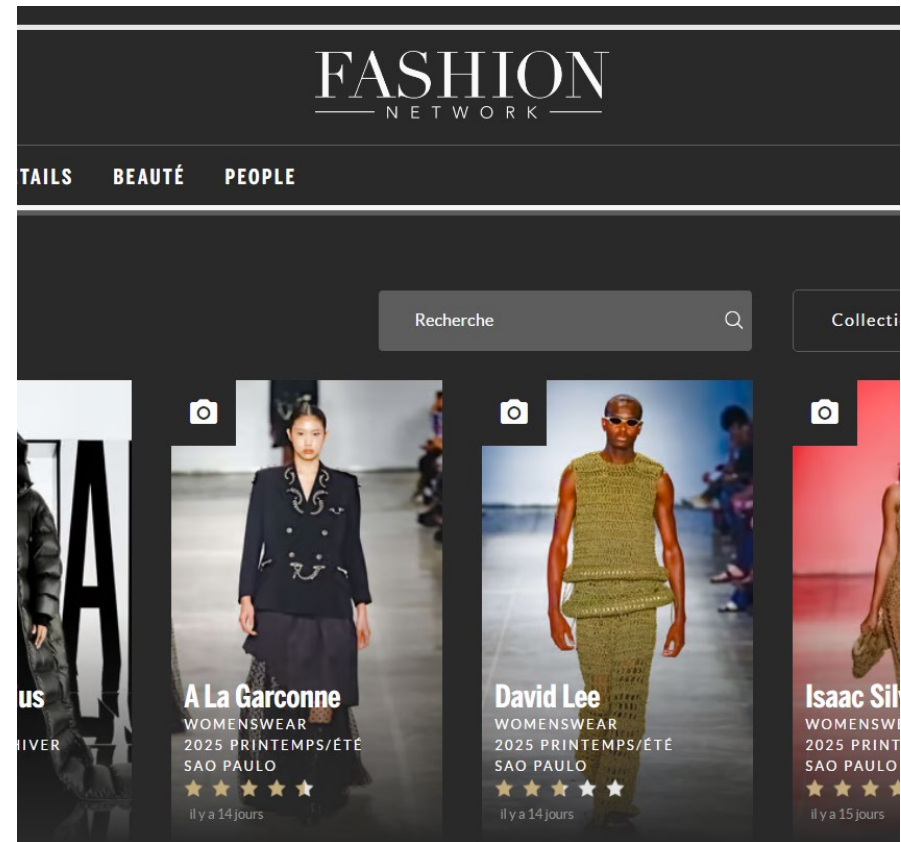
1. Tuotetyöryhmälle syntyy aito kontakti kaupan portaaseen. Saadan tietoa asiakas kontakteilta.
2. Kaupan henkilökunnan motivointi onnistuu parhaiten kun työryhmät kohtaavat.
3. Kun yhteys on luotu voi muutenkin kaupassa viertaillessaan kysellä kuulumisia ja toiveita.



# Onlinemarkkinatutkimus

- AI ( vastaukset kontrolloitava, onko AI:n vastaus tieto uusin saatavilla oleva)
- Online Shops (brands)
- Fashion Shows / Catwalk photos
- Sosiaalinen media: Instagram, Pinterest, YouTube, Tiktok
- Trendikonsultti/ toimisto (Maksullinen palvelu)

Verkon kautta tehtävässä markkinatutkimuksessa voi tarkastella kaikkia samoja näkökohtia kuin fyysisessä markkinatutkimuksessa.



# Luvut kertovat

Kokoelman rakenteen suunnittelun kannalta yksi tärkeimmistä metodeista on asiallinen sisään ja ulosmyynnin analyysi. Tulos lukuja tulee verrata edellisen vuoden lukuihin ja samanhetkisiin ulosmyyntilukuihin.

Tarkastelun tuloksena voidaan löytää malleja, jotka auttavat päätöksissä, konseptin jatkomyynnissä ja esittelyssä. Voidaan myös nähdä mitkä alueet toimivat ja mikä ei. Analytiikka on pohja strategian tarkasteluun, suunnitteluun, kirjaamiseen ja sitä seuraaviin operatiivisiin toimenpiteisiin.



Paussi



# Hankintaketju Innovoinnin sparraajana

Usein uudet tuoteideat, valmistustekniikat tai innovaatiot lähtevät kehittymään keskusteluista tuttujen toimitusketjun henkilöiden kanssa käydyistä keskusteluista. Niihin on syytä varata aikaa ja on suositeltavaa valmistella tällaiset keskustelut jo ennen vierailua.

## Esitä kysymyksiä:

- Mitä uutta olette tehneet
- Mikä on tehtaan paras osaamisalue
- Millaisia projekteja he ovat viime kuukausina työstäneet;
- Mitä viestejä he ovat saaneet omalta toimitusketjultaan

## Katso tuotantohallissa:

- Mitä värejä on tuotannossa
- Mitä materiaaleja on tuotannossa
- Kuinka suuria määriä tuotetaan
- Kuinka työntekijöiden työ-olot on järjestetty
- Onko turvallisuus vaatimukset täytetty

## Vinkki:

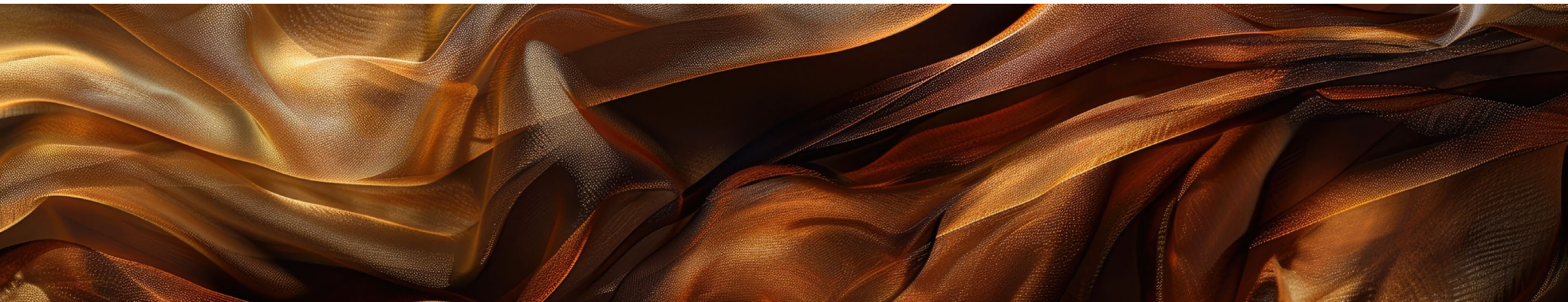
- Haasta toimittajasi... tai kaksi



# Huokeammat korvaavat materiaalit

Arvokkaat tekstiilimateriaalit ovat olleet jo kauan inspiraation lähde tekstiilin suurille toimittajille. Polymeeri ja viskoosikuiduilla pyritään imitoimaan kalliimpien materiaalien ulkonäköä ja näin mahdollistaa luksus look, joka alemmalla tuotehinnalla ei muuten olisi mahdollista saavuttaa.

- Villa ja varsinkin Kashmir, Angora ja Alpakka ovat suosittuja ulkoasuinspiraation antajia. Näihin käytetään polyakryyli, polyester ja viskoosi kuituja yleisimmin. Usein materiaalin käyttömukavuutta ja kestävyyttä vahvistetaan elasaani kuidulla. Tulevaisuudessa Kuura kuidulla olisi mahdollisuus toimia yhtenä korvaavana materiaalina
- Silkkimateriaalin ulkonäön ja käsituntuman jäljittely on haluttua. Useimmiten viskoosi tai polyester toimivat korvaavina kuituina ja silkkimäinen ulkonäkö taataan eri kuidun ja langan kasittelymetodein. Tulevaisuudessa innovatiiviset teollisesti valmistetut proteiinikuidut voisivat tuoda uusia vaihtoehtoja.



# Tutkimusprojektit ja yliopistoyhteistyö pohjana uusiin innovatiivisiin tuotteisiin

Tekstiiliteollisuudessa yliopisto/tutkimuslaitos yhteistyö lukuunottamatta EU projekteja on edelleen vähäistä. Mutta tässä muutamia esimerkkejä. Ne ovat usein paikallisten tukiohjelmien tuettuja projekteja.

Muttoa tässä muutama esimerkki:

**Suomi, Oulun yliopisto ja Metsä:** [COCOBIN project seeks to advance the commercialisation of novel bio-based coatings and adhesives – News – Expand Fibre](#)

**Itävalta/Lenzing:** [Research collaborations - Lenzing Sustainability Report 2021](#)

**Saksa:** [Innovation Textile process chain from Germany | TEXOVERSUM, Holz Freie Zellulose & Lignin aus Jahrespflanzen | Fibers365](#)

**Ranska/ Decathlon, Ceti etc:** [OZOCELL – Techtera](#)

**Tiedoksi:** Suomessa on VTT, muissa EU maissa on useita tutkimuskeskuksia yliopistojen lisäksi.



# Tekstiiliteknologiayritykset

Tekstiiliteknologia yritykset kehittävät uusia teknisiä tuotantolaitteita. Joka 4 vuosi järjestettävä ITMA ja joka toinen vuosi järjestettävä Techtextile voivat olla mahdollisuuksia nähdä uusia teknologisia laitteistoja ja verkostoitua toimijoihin uusien innovatiivisten ratkaisujen löytämiseksi.

Mutta myös tunnetut yritykset tuovat uusia teknisiä mahdollisuuksia tekstiilituotantoon.

- [Client Testimonial | Product | SHIMA SEIKI | Computerized Flat Knitting Machines, Design Systems, CAD/CAM Systems](#)
- [ANDRITZ GROUP](#)
- Selfedge: [itema\\_brochure\\_P7300HP\\_50\\_01\\_09\\_Bbc\\_20230606\\_EN-REV.pdf](#)



# Asiakastutkimukset / Käyttäjätutkimukset pohjana innovaation

Useissa liikuntalajeissa on omat vaatimuksensa ja urheilijoiden, tehokäyttäjien tarpeita lähteneet innovaatiot tulevat tärkeiksi urheiluasuasteille, mutta niistä voi lähteä liikkeelle trendi joka kulkeutuu myös tavalliseen muotiin.

Isojen aaltojen surfauksen ongelman ratkaisu:  
Boardriders life west innovation and development:

Muita esimerkkejä:

- Pique
- Mesh
- Sportshoes
- Wicking: [Sports Apparel Advancements and Trends: Innovations Shaping the Future](#)
- Compression: [The History of Compression Garments in Sports | Lunatik Athletiks](#)

Myös armejoille kehitetyt materiaalit tai tuotteet ovat vaikuttaneet muodin kehitykseen. Esim. Canvas maastokengät



# Kiertotalousinnovaatiot

Suljettu kierto ei ole kiertotalouden ainoa vaihtoehto. On paljon materiaaleja, joita ei vielä tänään pystytä kierrättämään samoiksi materiaaliksi uudestaan, mutta ne voidaan käyttää kuitenkin johonkin paremmin (upcycling).

Projektit lähtevät usein liikkeelle siitä että brändi + käyttäjät havaitsevat tuotteen, joka EOL kierrätys on haasteellista ja lähdetään etsimään yhteistyötä kierrätyksen mahdollistamiseksi. Kierrätys innovoijat voivat myös aloittaa projekteja, jotka johtavat uusiin tuotteisiin tai materiaaleihin.



Esimerkki 1:

Boardriders, käytetyt EOL märkäpuvut aurinkolaseiksi. [Quiksilver launches sunglasses made from upcycled wetsuits](#)



Esimerkki 2:

Nahkan leikkuujätteiden kierrätys objekteiksi: [Authentic Material](#)

# Vinkit

1. Markkinatietous vahvistaa selustasi. Kun tiedät mitä muut tekevät voit tehdä omat tuotteesi/palvelusi paremmin.
2. Tieto on tapa myydä oma tuote paremmin.
3. Älä yritä tehdä kaikkea itse. Haasta team, myyjät ja toimittajat löytämään uusia ratkaisuja.
4. Seuraa tieteellistä ja teknologista kehitystä sekä alueita, joissa uusille ratkaisulille on tarvetta.
5. Jos ajallisesti markkinoiden seuraaminen ei ole mahdollista, agentit/ trendi konsultit ovat hyväksyttävä apuu eri trendien suodattamiseen ja valikoimiseen.
6. Pidä listaa tiedosta, jonka olet löytänyt. Voit tarvita niitä myöhemmin. (Excel)





Kysymyksiä

A full-page background image of a sunset over the ocean. The sky is a vibrant orange, and the water reflects the light. In the foreground, the dark silhouette of a person stands on a rocky shore, looking out at the sea.

# Kiitos!