

Tuotekehitys ja innovointi tekniikat 4

Tuotekehityksen Organisointi ja Johtaminen

2x45 min

22.11.2024 Jotpa koulutus

Marjo Hartikainen - Responsible Textile Consulting



Harjoitustyöaikataulu ja dokumentit

9.12. aamulla klo 8 EET mennessä kaikki ryhmät tallentavat "pitchit " /PDF: t esityksestä Moodleen.

- o Sama dokumentti on kurssityön palautus Marjolle, Minnalle ja Marjalle. Dokumentin pituus 4-6 sivua (max 10 sivua jos käytätte paljon kuvia). Liittesivuille voitte laittaa lisätietoja, jos näätte, että niitä tarvitaan.

9.-10.12. Marjo käy läpi esitykset ja laatii kaikille ryhmille pienen palautteen.

11.12. Palautteet ja kurssiarviot annetaan Marjalle ja Minnalle järjestelmään ja todistuksiin vietäväksi.

13.12. Marjo (online 1h 30min) antaa suullisesti palautteet ryhmille (3 min per ryhmä). Jokainen ryhmä esittelee nopeasti pitchinsä (maks. 7 min per ryhmä) eli tärkeimmät asiat ryhmän työstä. Näin muutkin oppivat mitä on tehty. Tämän jälkeen kanssaopiskelijoiden kommentoinnit ja keskustelut käydään läpi erikseen siinä kurssin loppua juhliessa.



Luovan työn järjestäminen: Roolit

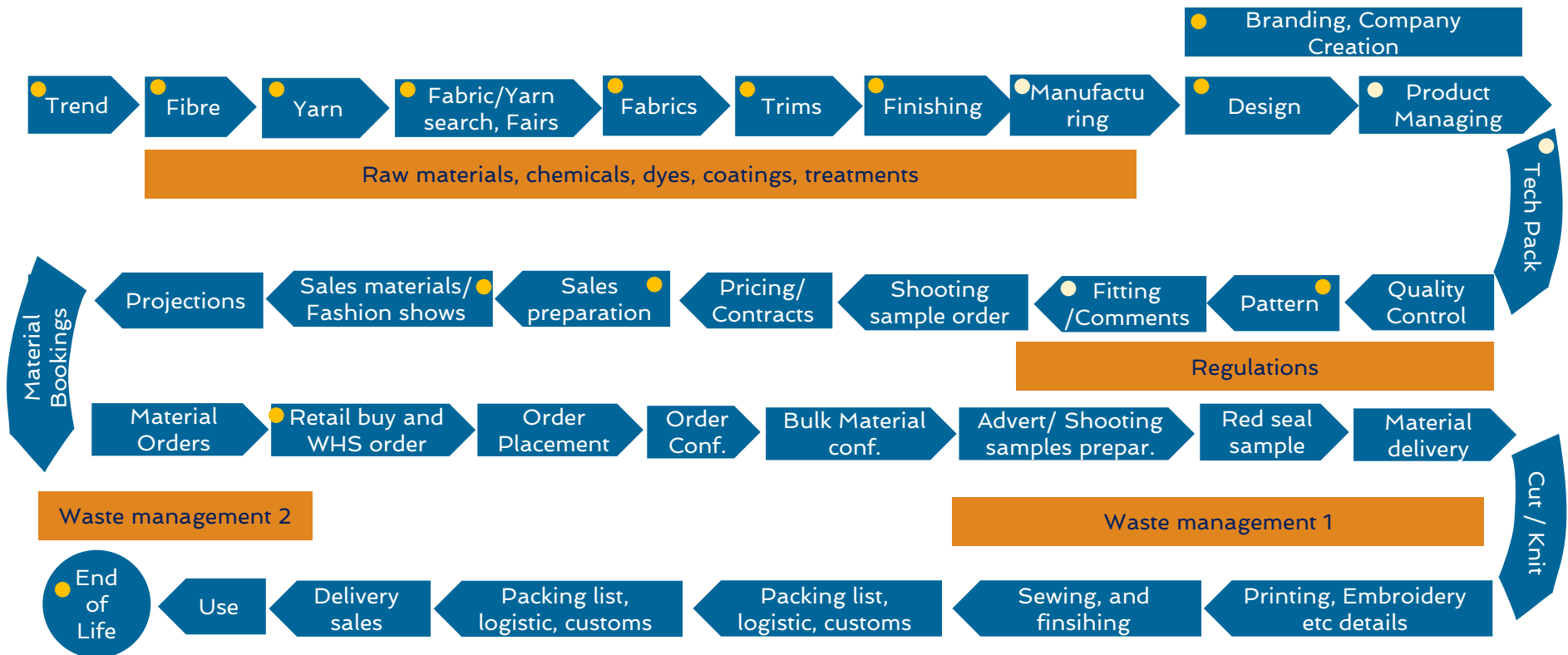
Perusta luovan työn onnistumiselle on hyvin organisoitu työskentelytapa, joka antaa aikaa ja tilaa luovuudelle. Perustana toimivalle työnjaolle on organisaatio malli (Functional, Divisional, Matrix, Flat...). Olipa organisaatiomalli mikä tahansa, on tärkeää, että roolijako on selkeä. Hyvin järjestetty roolijako on edellytys tehokkaalle kommunikaatiolle.

Yhdellä henkilöllä ei voi olla liian montaa hattua yllä. Yksityisyrittäjäkin alihankkiin osan tehtävistään. Vinkki: On haaste yhdistää luova työ ja arkipäivän pragmaattisuus saman hatun alle. Se toimii alkuun, mutta yrityksen koon ja määrien kasvaessa on syytä jakaa tehtävät.



Tekstiilituotteen kehitys ketju ja roolit

Vaateiden ja tekstiilien valmistusprosessi on monivaiheinen. Monet ketjun työvaiheista vaativat luovuutta.



Luovan työn järjestäminen: Aikataulu

Luovilla henkilöillä voi olla negatiivinen käsitys luovuuden ajoittamisesta. Työskenneltäessä kaupallisten tuotteiden valmistamiseksi on kuitenkin tärkeää puhua aikataulusta. Aikataulu on sitä parempi mitä paremmin luova työryhmä pystyy toteuttamaan työn.

Koko vuoden aikataulu luo raamit työskentelylle jossa kaikki roolit pystyvät itsenäisesti ajamaan eteenpäin yhteistä projektia. Nopeat kokoukset ja suuret mallimäärät ovat tuoneet omat haasteensa luovalle prosessille.



Luovan työn järjestäminen: Kulttuurierot

Tekstiilien kehittäminen on business, jossa kanssakäyti erilaisten ja eri kulttuureihin kuuluvien ihmisten kanssa on olennaista. Konfliktit ymmärtämisen ja kanssakäymiseen voivat liittyä jokapäiväiseen arkeen. Siksi onkin hyvä ottaa organisaatiomallissa huomioon parhaat mahdolliset tavat tehtävien hoitamiseen.

1. Aikataulu. Eri kulttuureilla ja ihmisillä on eri käsitys ajankäytöstä. Mitä selkeämpää ja loogisempaa kommunikointi aikatausta on, sen helpommin kansainvälinen yhteistyö toimii. (tarina esimerkit: Italia, Kiina, Bangladesh, Turkki, Portugal, Saksa)
2. Hyvin homogeeniset työyhteisöt eivät aina täytä luovuuden vaatimuksia. Erilaisuudet (gender, age, origin, language) tukevat luovaa työskentelyä.
 - o Mieti tarkkaan kuinka työnjako tehdään. Jos homogeenisessä joukossa on yksi tai kaksi erilaista tilanne mutkistuu.
 - o Päälekkäisyyksiä vastuissa on syytä välttää. (Esimerkit: Boardriders/ Esprit/C&A/Piretta PTA)



Hinnoittelu on ryhmätyötä

1. Suunnittelija, kehittäjä tai suunnitteluassistentti (Developer, Junior designer/assistant designer)

- Valmistelevat tuotekortit. Ne sisältävät kaiken tarvittavan tiedon hinnoittelun tekemiseen sekä sisäisesti tai ulkoisesti

2. Ostaja (yrityksessä joka ei tuota itse)

- Pyytää toimittajia laskemaan hinnat perustuen tuotekorttiin ja jo mahdollisesti tehtyyn protoon. Usein kysytään vertailukelpoisia hintoja kahdelta tai useammalta toimittajalta.

3. Tuotantopäällikkö (yrityksessä joka tuottaa itse)

- Laskee itse tai hänen työryhmänsä laskee tuotekorttiin kerättyjen tietojen pohjalta tuotteen valmistus hinnan.

4. Laaduntarkkailu

- Tarkastaa tuotteen testaamiseen kuuluvat maksut. HUOM! Usein isommissa yrityksissä on testaukseen hinnoittelusysteemiin tehty keskiarvo hinnat tai % laskelma FOB:stä. Mutta jos tätä ei ole, niin on äärimmäisen tärkeää pitää tämä kustannus mielessä. (Tuotannon materiaalien testaus+tuotetestaus+yksityiskohtien testaus)

5. Logistiikka

- Pyytää tarjoukset kuljetusyrityksiltä. HUOM! Myös logistiikkakustannuksista voidaan laskea % keskiarvo jokaista toimitus aluetta kohden hintalasku systeemiin. Uselilla isoilla toimioilla on omat sopimus kuljetusyhtiöt kuljetuksien seurannan helpottamiseksi.

6. Tuotepäällikkö /Brandijohtaja

tarkaile markkinoita ja kuluttaja hintoja sekä oman kokoelman myyntihintoja. Hän on vastuussa ostohinnan FOB (free on board) tai LLC (Landed loaded cost) hinnan oikeasta suhteuttamisesta kuluttajahintaan ja näin olle myös tuloksesta.

7. Laskutus/ Tilin tarkastus:

- Laskutus hoitaa toimittajien proto ja tuotannon laskujen maksun ja laskujen tarkastamisen. Laskutuksessa voi olla kysymyksiä ja ne normaalisti tulevat ostajalle tai tuotepäällikölle.

Tuotteen valmistuskulut

1. Materiaalit ja niiden kulutus per kappale cm tarkkuudella (tarjottavat koot on pidettävä mielessä)

- On huomioitava kaikki materiaalit, Sisä ulko, tukikangas, toppaus jne materiaalit.

2. Lisätarvikkeet: napit, vetoketjut, nauhat, nauhan päät, huoltoetiketit (carelable) jne

- Jos puhutaan yoi 5000 kpl tuotantomääristä, on hyvä kilpailuttaa hinnat. Hintakilpailutuksessa on muistettava laadun tarkkailu.

3. Branding: Riippulaput, tarrat, giveaways, pakkaus jne

- Jos puhutaan tuotantomääristä, jotka ylittävät 5000 kpl on hyvä kilpailuttaa hinnat. Monilla isommilla yrityksillä on "nominated" toimittajat brandi lisätarvikkeille

4. Työhön kuluva aika per kpl

- Proto toimii laskelmointi perusteena.

5. Logistiikka

- Pyytää tarjoukset kuljetusyrityksiltä. HUOM! Myös logistiikkakustannuksista voidaan laskea % keskiarvo jokaista toimitus aluetta kohden hintalasku systeemiin. Useilla isoilla toimijoilla on omat sopimus kuljetusyhtiöt kuljetuksien seurannan helpottamiseksi.



Hinnoitteluun tarkastetaan myös sisäiset kulut

6. Tuotepäällikkö /Brandijohtaja tarkkailee ja vertailee markkinoita ja vähittäismyyntihintoja sekä oman kokoelman myyntihintoja. Hän on vastuussa ostohinnan FOB (free on board) tai LLC (Landed loaded cost) hinnan oikeasta suhteuttamisesta vähittäismyyntihintaan ja näin ollen myös tuloksesta.

7. Yrityksen Energia ja vesikulut

8. Kiinteistökulut (Vuokra tai lainoituksen takaisinmaksu), +varastointikulut

10. Sisäiset työvoimakulut, palkat ja sosiaalimaksut. Koulutukset ja työvoiman motivointi

11. Myyntikulut: 5 myynti team palkat, autot, showroomit, myyntimallistot, messut, asiakas lahjat, catering etc.

12. Hävikki= myymättä jäänyt varasto

13. Lakimieskulut ja/tai vakuutuskustannukset



Kertoimet

1. Kuluttajahinnan kerroin = 4 - 6 x FOB, yrityksessä, joka myy myös vähittäismyyntiketjun kautta. Vertikaalit, kuten H&M, C&A, Zara voivat käyttää pienempää kerrointa, koska heillä ei ole ulkopuolelle myynnistä johtuvia kuluja. Ketjut kuten Tschibo, Lidl ja Aldi myyvät joskus tuotteita hankinta hintaan tai alle sen koska ne ovat tuotteita jotka tuodaan suunnitellusti markkinoille muiden saman kaupan myyvien tuotteiden myynnin edistämiseksi.
2. Vähittäismyyntiketjun kate kerrotaan %: na. Normaali väli suositeltuun vähittäismyynti hintaan on 115%-190% x tukkuhinta.
3. Tukkuhinta = LLC + kate jonka yritys tarvitsee kattaakseen sisäiset kulut+ voittomarginaali (joka tarvitaan mm., jotta voidaan investoida tai maksaa sijoittajille takaisin heidän sijoituspanoksensa sekä yrityksen verot) LLC= Landed loaded cost, eli yhden kappaleen hinta brändin varastolla sisältää. FOB, kuljetuksen ja tullauksen.



Excel talukko hintalaskelmaan ja tarvittavan volyymin tarkastamiseksi

Tuote tyyppi	Kankaan kulutus	Materiaalin hinta €/m	Kokonais Kangas kustannus	Muut materiaa- likulut	Valmistusaika tunteina	Palkka kustannus et per tunti (sisältäen sosiaali- kulu- t)	Valmistusku- stannukset	Merkit ja pakkaukse- t jne yhteensä	Yhden tuotteen kokonaiskust- annukset	Vähittäismy- ntihinta €	ALV: Liikevaihto- vero €	Tukkumyynin hinta € ilman ALV:ia	Mark up	Kokonais brutto tulo tukkumyynistä €	Kokonais tulo tukkumyynis- sä koko tuotteen myynnille	Liikevaihto tukkumyynin € ilman ALV	Ostohinta omaa nettikaupaa n	Pakkaus ja lähtetys kulut per tuote €	Liikevaihto omasta nettikaupasta	Omaa nettikaupan brutto tulos	ALV Netti myynnistä	Myydyt ja tuotetut tuotteet kpl	Tarvittavat FTE työpäivät tuotteiden tuottamiseen	Investointitarve: Tuotanto, pakkaus ja kuljetuskulut
Short Skirt A	0,5	6	3,00	2,00	1,00	10,00	10,00	0,30	15,30	55,00	11,00	32,35	170,00	17,05	3 410,59	6 470,59	10,00	5,00	11 000,00	2 740,00	2 200,00	200	25,00	3 060
Short Skirt B	0,5	7	3,50	2,00	1,00	10,00	10,00	0,30	15,80	55,00	11,00	32,35	170,00	16,55	3 310,59	6 470,59	10,00	5,00	11 000,00	2 640,00	2 200,00	200	25,00	3 160
Short Dress	1	5	5,00	2,00	1,30	10,00	13,00	0,30	20,30	70,00	14,00	41,18	170,00	20,88	4 175,29	8 235,29	10,00	5,00	14 000,00	4 140,00	2 800,00	200	32,50	3 460
Long Dress	1,8	5	9,00	3,00	1,40	10,00	14,00	0,30	26,30	90,00	18,00	52,94	170,00	26,64	5 328,24	10 588,24	10,00	5,00	18 000,00	6 140,00	3 600,00	200	35,00	4 460
Pant	1,15	5	5,75	3,00	2,00	10,00	20,00	0,30	29,05	80,00	16,00	47,06	170,00	18,01	3 601,76	9 411,76	10,00	5,00	16 000,00	3 990,00	3 200,00	200	50,00	3 810
Short	0,6	5	3,00	2,00	2,00	10,00	20,00	0,30	25,30	50,00	10,00	29,41	170,00	4,11	822,35	5 882,35	10,00	5,00	10 000,00	-60,00	2 000,00	200	50,00	3 060
Blouse/Shirt	0,85	5	4,25	2,00	1,50	10,00	15,00	0,30	21,55	55,00	11,00	32,35	170,00	10,80	2 160,59	6 470,59	10,00	5,00	11 000,00	1 490,00	2 200,00	200	37,50	3 310
Top	0,5	5	2,50	1,00	1,00	10,00	10,00	0,30	13,80	50,00	10,00	29,41	170,00	15,61	3 122,35	5 882,35	10,00	5,00	10 000,00	2 240,00	2 000,00	200	25,00	2 760
Total/Average	0,9	5,4	4,5	2,1	1,4	10,0	14,0	0,3	20,9	63,1	12,6	37,1	170,0	129,7	21 756,5	51 176,5	10,00	5,00	87 000,0	19 160,0	17 400,0	1 400,0	247,5	23 620,0

Investointikate on myös laskettava seuraaviin alueisiin:

Nettikaupan kustannukset	Varastointi ja tila vuokrat	Palautukset	Sähkö ja Vesi kulut	Koneet ja laitteet	Ulkopuo- liset kehitys kulut	Patentit	Myynti ja Markkinointi kulut (mainokset, näytökset, mallikappaleet, jne.)	Tietokoneohj- elmat ja datan tallennus
%	%	%	%	%	%	%	%	%
%	%	%	%	%	%	%	%	%
%	%	%	%	%	%	%	%	%
%	%	%	%	%	%	%	%	%
%	%	%	%	%	%	%	%	%
%	%	%	%	%	%	%	%	%
%	%	%	%	%	%	%	%	%
%	%	%	%	%	%	%	%	%
%	%	%	%	%	%	%	%	%

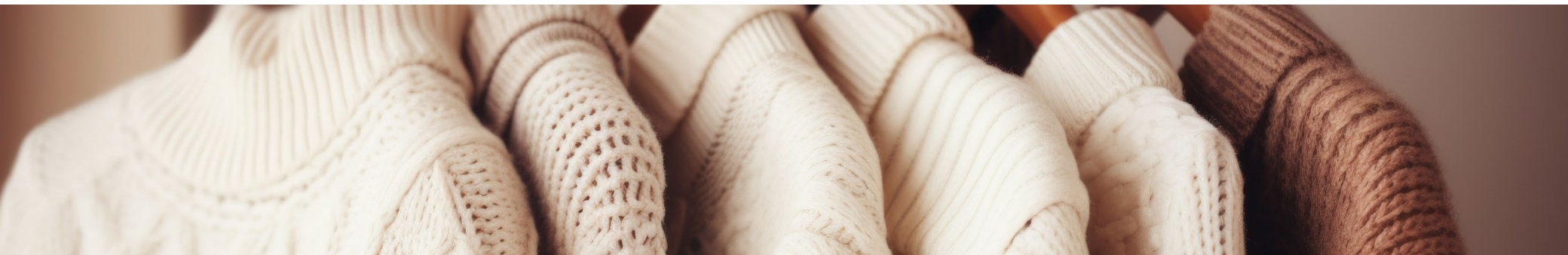
5 min Tauko



Selkeä strategia on pohja tuotekehityksen operatiiviselle onnistumiselle

Esimerkiksi ekologisempaa mallistoa kehiteltäessä on hyvä kerätä valitut strategiat esille kaikkien kosketusryhmien näkyville. Ne edesauttavat sellaisten tuotteiden kehittelyä, jotka minimoivat ympäristövaikutuksia ja edistävät sosiaalista vastuuta koko elinkaarensa ajan. Keskeisiä elementtejä ovat:

1. Ympäristöystävälliset materiaalit.
2. Uusiutuvien, kierrätettyjen tai biohajoavien materiaalien käyttö.
3. Energiatehokkuus: Suunnitellaan tuotteita, jotka käyttävät vähemmän energiaa käytön aikana.
4. Kestävyys ja korjattavuus: Varmistetaan, että tuotteet ovat kestäviä ja helposti korjattavia. Käyttöiän päättymiseen liittyvät näkökohdat:
5. Tuotteen hävittämisen tai kierrätyksen suunnittelu.
6. Jätteiden minimointi: Valmistuksessa ja pakkaamisessa syntyvän jätteen vähentäminen. Tavoitteena on luoda tuotteita, jotka täyttävät kuluttajien tarpeet ja vähentävät samalla ympäristöjalanjälkeä.



Luovan työn järjestäminen: Kommunikaatio ja dokumentit 1

- Brandi Strategia= Visuaalinen tarina brändistä. Strategian tuominen visualisesti esille. Käytössä aina seuraavaan strategiaan asti.
- ”Branding Bible”= Kaikki merkin logoista ja brandäys materiaaleista. Tämä dokumentti elää kaiken kohderyhmien työpöydillä kunnes uusi tehdään.
- Tähän kuuluu myös kuinka brandäys tuotteet kiinnitetään tekstiileihin tai painotuotteisiin. (millimetrin tarkkuudella)
- Konsepti suunnitelma= Yhteen tiettyyn myyntiajankohtaan kohdistetun malliston visuaalinen esitys projektia aloitettaessa tai uudesta kokoelmasta kommunikoitaessa. Kertoo sihouetin, värikartan, materiaali suuntaus jne.



Luovan työn järjestäminen: Kommunikaatio ja dokumentit 2

- Kokoelma raami/ suunnitelma pitää sisällään kokoelman koon, tuotetyypit, hinnoittelun ja mahdollisesti myös materiaali suunnan ja myyntitavoitteet. Kokoelmaraami (Briefing, or Collection Frame) on useimmiten tuotepäällikön työaluetta.
- Laatuvaatimukset. Yhtä tärkeä kuin Branding Bible. Normaalisti tämä katalogi pitäisi lyödä lukkoon Brandiä perustettaessa. Laatuksiteerit ovat myös perusta tuotteen hinnoittelulle.
- Tekniset tuotekortit (Tech Pack) ovat kuin kokkaus resepti tuotteen valmistamiseen. Tuotekortti elää tuotekehityksen aikana. Eli se on korjattava kaikissa osa-alueissa aina kun joku aspekti muuttuu. Tekniseen tuotekorttiin kuulu myös informaation väri variaatioiden yksityiskohdista. Jos tuotatte talon ulkopuolella on tikkauslangan laadusta ja väristä lähtien kaikki tiedot sisällytettävä tuotekorttiin.

Collection	Style name	Age/ Gender	Vendor/Mill	Fabric code	MM/ Vendor fabric code	Material composition	Material Weight	Material width cm	Fabric Detail	
AW/21	APHMAW008	Mens		Denim fabric		100% Cotton	12,5oz		Indigo Twill, please send photos of available fabrics and possible washings	
AW/21	APHMAW008	Mens		zipper		Antique silver	4mm		tape in matching colour and available	
AW/21	APHMAW008	Mens		button		Antique silver	30"			

Style sketch and details info:		Size M/ 32 - Full Circle measurements of width	
<p>All stitching and buttons in Camel colour TBC by client for production. Matching to stock fabric used for back pocket</p> <p>Yogi label with size inside: To be developed by Kablins and sent to you.</p> <p>Embroidery with bako, if possible with embro embroidery technique</p> <p>supplem ritory stock material for the other back pocket</p>		BULL LENGTH WITH WAISTBAND	86,5
		INSIDE LEG LENGTH	66,5
		BELL WAIST	87
		HALF WAIST	43,5
		HALF HIP 25 cm from waistband edge	56,5
		FRONT RISE INCLUDING WAISTBAND	33
		BACK RISE INCLUDING WAISTBAND	45,5
		TIGHT AT CROTCH	34
		LEG OPENING	87
		HALF LEG OPENING	23,5
		CARE LABEL POSITION	14 FROM CENTRE FRONT TOWARDS THE LEFT LEG
		SIZE LABEL POSITION	AT CENTRE BACK
		WAISTBAND HEIGHT	4
		YOKE HEIGHT AT CENTRE BACK	6
		YOKE HEIGHT AT SIDE SEAM	4
		HEM STITCH DEPTH	2
		FRONT POCKET OPENING straight	15,5
		FRONT POCKET From waist band at side	8
		FRONT POCKET OPENING AT WAIST BAND	12
		BACK POCKET HEIGHT	18
BACK POCKET WIDTH	17		
BACK POCKET upper edge from side seam	4 estimate		
BACK POCKET upper edge from CP	4 estimate		
BACK POCKET POSITION FROM yoke	4,5 estimate		
EMBROIDERY FROM LEFT POCKET EDGE	4		
EMBROIDERY HEIGHT	6		
BELT LOOP WIDTH	2		
ZIPPER LENGTH	16,5		
BELT LOOP HEIGHT	5,5		

Additional info: size range: XS/28", S/ 30", M/32", L/34", XL/36"



Luovan työn järjestäminen: Kommunikaatio ja dokumentit 3

- Artworks, tuotteissa on painokuoseja tai brodeerauksia. Jokainen väri ja yksityiskohta on oltava kontrolloitavissa. Ei kannata unohtaa kangaspohjia joille tietyt painatukset tehdään ja mitä muita standardeja voi olla olemassa.
- Materiaalikortit voivat olla tuoteteamin käytössä tai myös myyntimiehillä voi olla materiaali kortteja tuotteen eri väri vaihtoehtoisissa.
- Fyysiset materiaalikehityksen näytteet mapeissa, laatikoissa tms. (Henkari+rekki järjestely vie liikaa tilaa)
- Mallikappaleet ja sovituspätytteet. Yhtä uutta mallia koden voidaan joutua tekemään 4-5 sovituspätytettä. Näytteet säilyttään vähintään 6 kk tuotteiden myyntiin toimituksen jälkeen.
- Materiaalikirjasto (yhteinen vai joka designerin pöydän alla?)



Luovan työn järjestäminen: Datan tallentaminen

Tehokas kommunikaatio vaati monia fyysisiä ja digitaalisia kommunikaatio materiaaleja. On tärkeää järjestää tämän datan saatavuus ja löydettävyyys niin, että tietoa ei tarvitse hakea (vaikka joku henkilö ei olisikaan juuri toimistolla)

- Tarkastakaa, että **digitaalinen data** on hyvin ja loogisesti järjestetty ja se on kaikkien tietoa tarvitsevien saatavilla. Eri PDM ja PLM systeemit auttavat. Excel voi korvata ne alkuun, mutta jos kokoelman koko on enemmän kuin 40 tuotetta/ väritystä vuosittan, excel on hidas vaihtoehto.
- On tarpeen varata tarpeeksi iso fyysinen työskentelytila, jotta näytteiden varastoinnille on **tarpeeksi tilaa**.
- Tehkää kommunikaatio järjestely jo Brandin alkutaipaleella. Datan uudelleen tallentaminen on työlästä **ja tuotetieto** on kuitenkin oltava **läpinäkyvästi saatavilla** viimeistään kun DPP on pakollinen.
- Unohtakaa post it, **Digitaaliset teamtyökalut ja digitaalinen kalenteri** ovat huomattavasti tehokkaammat. (Vinkit: Lisätkää to do:t suoraan kalenteriin, sopikaa uudet kokousajankohdat, kun olette kokouksessa.)
- Kaikki tieto, esim puhelinnumerolistat, chat ryhmät jne; on oltava kaikkien työryhmänjäsenten ulottuvilla



Luovan työn järjestäminen: Kokoukset

1. **Aikataulu**- Global kalenteri pohjana - pidä osallistujat tietoisena paikasta ja kellon ajasta.
2. **Osallistujat**- Ketkä kuuluvat ja mihin kokoukseen. Tee postituslistoja ja kutsu kokouksiin ne oikeat henkilöt. Jos mahdollista lähetä kalenterikutsu. Varmista, että uudet teamin jäsenet käyttävät samoja keskitettyjä postituslistoja.
3. **Puheenvuorot**- Ilmoita etukäteen, kellä on puherooli tai odotetaanko vain seuraamista.
4. **Kokouksien johtaminen**- yksi tai kaksi henkilöä johtaa ja vetää keskustelua/ esitksiä.
5. **Valmistelu**- Jos kokoukseen ei ole globaalia kalenteri aikataulua se on suunniteltava vähintään viikkoa etukäteen ja osallistujille on annettava aikaa valmistautua (Esitys, näytteet jne materiaali
6. **Kokouksen vierailijat**- Ilmoita osallistujille jos kokouksessa on työryhmän ulkopuolisia vieraita ja mikä on heidän roolinsa.
7. **Yhteenveto**- Kokouksen lopussa- to do list
8. **Meeting Minutes** – jokaista kokousta tulisi seurata kokousmuistio. Se voi olla lista keskustelluista asioista, mutta myös kokoelmapohja asiaankuuluvine merkintöineen. Kokousmuistio pitäisi olla kaikkien osallistujien luettavissa max 4 päivää kokouksen jälkeen.

Luova ryhmätyö

Ryhmätyö metodit

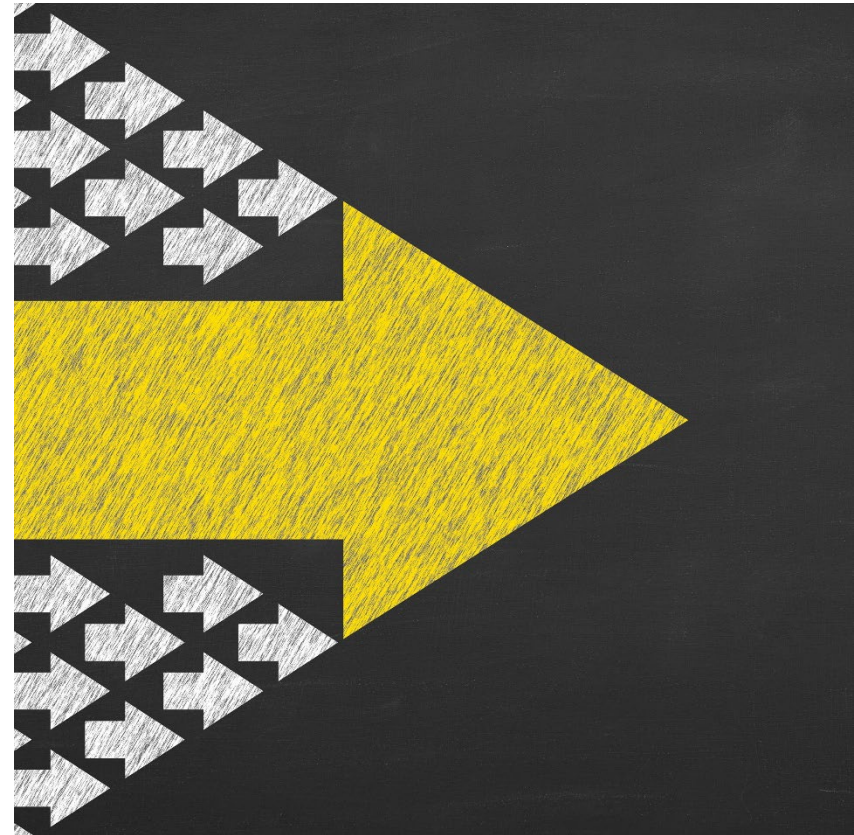
- **Fysinen yhteistyö**, kannattaa miettiä mitkä projektin vaiheet on hyvä tehdä ryhmissä. Mitkä tehtävät työryhmän henkilöt työstävät erikseen ja kuka valmistaa koosteen.
- **Etäyhteistyössä** tehtävän projektin alussa on tärkeää sopia dokumenttien säilytys, hallinnointi ja organisointi. Eri alustat: Google, Teams, Dropbox etc. on syytä sopia etukäteen. Esim. macin käyttäjillä on haasteita Teams systeemien kanssa.
- Suunnitelkaa etukäteen mitkä kokoukset ja tehtävät tehdään etänä ja milloin ryhmä kokoontuu oikeasti. Jakakaa selkeät valmisteluvastuut.



Luovan työn johtaminen

Luovat työryhmät vaativat raamit, jotka sallivat vapauden. ”Mikromanageroidut” projektit eivät välttämättä tuo haluttua tulosta tai manageri itse tuottaa kaiken tuloksen. (Kulttuurierot otettava huomioon)

- Tee aikataulu, joka sopii luovaan ja innovatiiviseen työskentelyyn. Saata aikataulu kaikkien ulottuville ja varmista, että se on luettava ja ymmärrettävä. Aikataulu antaa raamit ”READY” päiville. Työryhmien jäsenet voivat tehdä työtehtävät omassa rytmissään.
- Työryhmän johtajana, pidä säännölliset palaverit kaikkien työryhmän jäsenten kanssa. Kun palaverit ovat säännöllisiä niissä voidaan puhua positiiviset ja negatiiviset asiat ajankohtaisesti ja asettaa tavoitteita seuraavalle aikajaksolle. Negatiivisten asioiden käsittelystä tulee helpompia ja ne voidaan konstruktiiivisesti ratkaista.
- Työntekijöiden vuosittaiset arviot ovat pakollisia. Pyri tukemaan työryhmän jäsenten kehitystä.
- Opetta teamin jäsenet valmistelemaan ongelmatapaukset. 3 vaihtoehtoa ja ehdotus ratkaisusta- metodi!



Yrityksen tulokset ja kehitys ovat tärkeitä elementtejä myös työntekijöille. Pitäkää kaikille avoimia tiedotustilaisuuksia säännöllisesti. (Jos kyseessä on osakeyhtiö, on huomioitava osakkaiden etuoikeus tiedotuksiin. Työntekijät saavat tiedon ennen mediaa.)

Tuotekehityksen johtaminen: Tuote ja Materiaali Briefing

Brandin tuotepäällikkö tai ostaja on toimittajalle kuin johtaja. Kommunikoiki selkeästi mitä toimittajalta haluat:

1. Aseta tavoitteet. Esimerkiksi: Haluan kankaita, joiden pillingin ja repäisylujuuden vähimmäisarvot ovat x. Esimerkiksi: Haluan vain kierrätettyjä kankaita, haluan vain luomukankaita, haluan vain kierrätettäviä kankaita, haluan kankaita, joiden pillingin ja repäisylujuuden vähimmäisarvot ovat x.
2. Määrittele materiaalityypit/ näyte tyypit. Haluan, että materiaalit ovat juoksevia, jäykkiä, karvaisia, kuvioituja, kiiltäviä, mattapintaisia jne.
3. Määrittele käyttötarkoitus ja laatu kriteerit. Tuote on: leveä hame, se on alusvaatteet, urheiluvaatteet jne., Nyppyntyvyys parempi kuin 3 martingale, repäisylujuus, twisting vähemmän kuin 2%, kutistuvuus pienempi kuin 5 %, palautuvuus etc.
4. Aseta hintahaarukkaa xx€
5. Laita kaikki edellä mainitut asiat jäsennellyksi tiedotteeksi toimittajallesi. Ole valmis vastaamaan tehtaan tai toimittajan kysymyksiin epävarmuustekijöiden osalta.
6. Jos teet hankinnan itse, laadi tämä luettelo ennen kuin tapaavat tehtaita messuilla tai showroomeissa. Se auttaa keskittymään olennaiseen, eikä sinun tarvitse lajitella 30 laatikollista näytteitä, joita et kuitenkaan tule käyttämään.





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!