

# Eesti Disainikeskus

## IDE: töötoad

Diana Tamm

Eesti Disainikeskus

# EESTI DISAINIKESKUS

Asutati aprillis 2008

Asutajateks Eesti Kunstiakadeemia, Tallinna Tehnikaülikool,  
Eesti Disainerite Liit ja Eesti Disaini Instituut

**Eesmärk:** arendada Eesti disaini ja tutvustada disaini rakendamisest tulenevaid võimalusi laiemale avalikkusele, õpilastele, ettevõtjatele, avalikule sektorile.

# Tegevused

Seminarid ja mõttekojad

Täiendkoolitused

Näitus „Disain tuleb külla“ ja Tallinna Disainikaart

Disainipoliitika arendamine

Euroopa projektid: EDTI ja SEE

IDE: töötoad

## **IDE: töötoad**

IDE: insener, disainer, ettevõtja

1,5-2 tundi

Gümnaasiumiastme õpilastele

10 koolis üle Eesti

Juhendajad EKAst ja TTÜst

Esitlus ja tööleht

# Loov mõtlemine ja ideede sünd

„Peamurdja“ harjutused

Soojendusharjutused – ehita sild; tee pakend ühele munale;

Ideede genereerimise meetodid:

Ajurünnak

Küsimustega täpsustamine

Varieerimine

6 3 5 meetod

# **Analüüs ja taustauuring, sihtrühma kirjeldamine**

Konkurentide ja „turu“ uuring – millised lahendused/ tooted on juba olemas?

Vajaduste analüüs

Probleemi täpsustamine, lisainfo

Jälgimine, detailne kirjeldamine

Sihtrühma kirjeldamine

# Sihtrühma kirjeldamine

Kes on need inimesed, kes sinu toodet ostaksid?

Kui vanad nad on?

Kus nad elavad?

Millega nad tegelevad?

Millised on nende vajadused?

Millised on nende hobid ja huvid?

Millised on nende harjumused?

Millised on nende elustiil ja väärtushinnangud? Mis neile meeldib? Mis neile ei meeldi? Mis neile tähtis on?

Kui suur on nende sissetulek? Kas nad eelistavad pigem odavat või pigem kvaliteetset, vastupidavat toodet?

Kuidas nad hangivad informatsiooni? S.t. milliseid info- ja reklaamiallikaid nendeni jõudmiseks kasutada?

Kustkohast nad toodet ostaksid? Millal? Kuidas? Kui sageli? Miks?

Kes on sihtrühma arvamusliidrid, eeskujud?

## **Prototüübid ja testimine**

Prototüüp on mudel mingist esemest või asjast, mis kirjeldab täpselt selle asja kindlaid omadusi.

Prototüüpimine on mudeli valmistamine idee arendamiseks ja katsetamiseks. Proovitakse, kas asi töötab päris maailmas.

Vahel luuakse prototüüpe ka selleks, et klientides huvi tekitada.



**Põhimõttel** – testitakse toote mingit kindlat tööpõhimõtet ja ei pöörata tähelepanu tema välimusele ning kindlale materjalivalikule.

**Vormimudel** – uuritakse toote suurust, kuju ning tunnetust kokkupuutel kasutajaga, ei pöörata tähelepanu toote toimimisele ja täpsele värvilahendusele ning tekstuurile.

**Visuaalne mudel** – uuritakse toote täpset väljanägemist – värvi, kuju, pinda jm. Toode ei pea täitma talle määratud funktsioone, ei pea töötama.

**Funktsionaalne mudel** – tootel on sama välimus, kuju ja vorm, aga ta võib kulude kärpimise otstarbel olla valmistatud vähendatud mõõtkavas.

**Virtuaalne mudel** – toote prototüüp valmistatakse virtuaalses keskkonnas (arvutis) ning testitakse tema omadusi seal.

# Testimine

Millised testid ja kuidas?

Testid sihtrühma peal

Kasutussituatsiooni simuleerimine jms

Tuuletunnel, põrutustest jne

## **Turundus ja bränd**

**Bränd** – nimi, disain või sümbol, mis eristab toodet konkurentide samalaadsetest toodetest. Bränd on ettekujutus tootest inimese peas. Bränd esindab inimese suhet ja kogemust firma, toote või teenusega.

**Ülesanne** – loo bränd ja brändi sõnum oma tootele, joonista logo

## 4P mudel

**Toode (*Product*)** – Millised toote omadused vastavad sihtrühma soovidele ja vajadustele? Missuguseid tooteid müüa ja millises valikus? Milline on toote välimus, eelised, garantiid, lisad?

**Hind (*Price*)** – Milline hind on piisavalt kõrge, et selle müümine ära tasuks, samas piisavalt madal, et inimesed seda ostaksid? Kui palju on võimalikud kliendid nõus maksma? Kui palju maksavad konkurentide sarnased tooted? Mis on toote omahind? Kas, kellele, mis mahus ja millal tehakse soodustusi?

**Turustus (*Place*)** – Kuidas ja kus kohas inimesed toote kätte saavad? Millist müügikanalit (pood, internet, käestkätte, edasimüüjad jms), veovahendit ja teenindust kasutada? Kas on vaja ühte kindlat müügipunkti? Milline peaks see välja nägema? Mõttele ka internetile ja mobiiltelefonidele!

**Toetus (*Promotion*)** – Kuidas mõjutada inimesi ostma? Missugune viis on parim toote reklaamimiseks, ostjate veenmiseks (tv, raadio, paber kandjal reklaam, internetis, otsepostitus, isiklik müük, sponsorlepingud)? Kuidas ja kus kohas sihtrühmale informatsiooni edastada? Milline peaks olema reklaam?

# Toote esitlemine ja analüüs

Tingimused esitluseks (ajalimiit, atraktiivsus, küsimused „publikult“ jms)

Mida hinnatakse?

Analüüs – kelle poolt, milliseid aspekte analüüsitakse (meeskonnatöö, toote vastavus algsele ülesandele, esitluse atraktiivsus, toote vastavus sihtrühmale, erinevad ülesande etapid jms)

# Näide ülesandest

Vali välja üks lihtne ese, mida kasutad igapäevaselt või vähemalt 3 korda nädalas (näit. pliiats, hambahari, lusikas, prillid).

Vaatle oma väljavalitud eset hoolikalt.

Mõtle läbi järgmised küsimused:

Mis funktsioone see ese täidab?

Mille poolest erineb just see ese muudest samaliiki esemetest?

Milliseid uuendusi võiks esemele teha?

Mis on selle eseme parim omadus?

Milliseid uusi tunnuseid võiks sellele lisada, et teha see ese veelgi paremaks?

Joonista pilt, milline näeb välja sellest esemest parem ja uudsem lahendus.

Tähista need kohad, mis on Sinu poolt uuendatud.

Kirjuta üles ideid, milline võiks see sama ese välja näha 50 aasta pärast. Joonista üks võimalik variant ja anna sellele nimi.

Esita oma idee teistele käies läbi kõik eeltoodud punktid.

## Näited ülesannetest

(kui palju tingimusi ja piiranguid anda?)

Sihtrühmast lähtuv:

- \* toode, mille sihtrühmaks on 60-80-aastased inimesed
- \* mänguasi vaegnägijale lasteaialapsele
- \* toode, mis teeb õpetaja elu lihtsamaks



## Probleemist lähtuv:

- \* tänavad on talvel libedad
- \* suvel maal kulub palju aega ja vett peenarde kastmiseks
- \* kohalik probleem: Mustamäe majaümbrus koerajunnetais
- \* kohalik probleem: inimesed ei sorteeri prügi  
veepuudus Aafrikas

Muu:

- \* Eesti suveniir
- \* kohalik ökotoode
- \* valgusfoor aastal 2050, kui liiklus on muutunud mitmetasandiliseks
- \* „automaatvanaema“
- \* kohalik turistiattraksioon
- \* saun ühele inimesele

**Aitäh!**

**[www.disainikeskus.ee](http://www.disainikeskus.ee)**

**[diana@disainikeskus.ee](mailto:diana@disainikeskus.ee)**