



Eurowear Oy

Meistä

Eurowear Oy on perustettu vuonna 2015 ekologisten vaatteiden vähittäismyyntiin ja tekstiilituotantoon. *Christina Andree®* - muunneltava ja ekologinen tuotemerkki on kuulunut Eurowear Oy -yhtiöön. Vuoden 2019 alusta Eurowear Oy on profiloitunut konsultoimaan yritysasiakkaita brändin rakentamisesta, palvelumuotoilusta ja markkinoinnista. Kaiken taustalla on haaveemme tehdä maailmasta parempi paikka elää. Omilla palveluilla haluamme auttamaan asiakkaitamme luomaan uutta, kestäväää ja merkityksellistä – sellaista, joka auttaa myös muita onnistumaan ja kehittymään.

Referenssit

Kokemuksemme on hyvän laaja eri aloilla: tekstiilituotannosta markkinointiin ja yritysvalmentamiseen. Sen takia meillä on tuntemusta ja ymmärrystä eri alojen asiakkaiden tarpeista. Osaamista on kertynyt laajasti sekä uusien tuotteiden ja palveluiden kehittämisestä että vanhojen palveluiden ja työtapojen uudistamisesta kestävimiksi.

Asiakkaitamme mm.:

Dolgoruki Oy	Interface Oy,
Cuitu Oy	Designstudio Tuula Rossi Oy
Kiinteistömaailma	Moico Design

Asiakasarvosteluja voi lukea verkkosivustollamme eurowear.fi

Kehitä itsesi – paranna maailmaa!

Eurowear Oy
hei@eurowear.fi
p. 0452626695
www.eurowear.fi



Eurowear Oy

Yrityspalvelusetelin palvelukuvaukset

Valitun teeman projekti työpajoineen palvelumuotoilun menetelmänä ongelman määrittelyyn ja ratkaisun kehittämiseen. **Tavoitteena on toimintaa uudistavien ja mullistavien parannusten käynnistäminen käytännössä.** Teemat:

1. **Jätteistä uudeksi palveluksi.** Jätteiden hyödyntäminen tuotannossa
2. **Sivuvirroista tulovirroiksi.** Sivuvirtojen löytäminen ja hyödyntämismahdollisuudet
3. **Resurssien säästöä digitalisoinnilla.** Palveluiden ja/tai tuotteiden digitalisaatio

Projekti perustuu palvelumuotoiluun, jonka avulla saavutetaan aikaan uusia kestäviä palveluja, tyytyväisempiä asiakkaita ja tehokkaampia prosesseja. Projektin aikana opit myös, mitä design-ajattelu tarkoittaa käytännössä, mitä palvelumuotoilu on ja ennen kaikkea, mitä hyötyä siitä on sekä sinulle että yrityksellesi.

Design-ajattelun keskeisiä piirteitä ovat empatia, kriittisyys ja haastaminen, uteliaisuus, kokeilu, kokonaisvaltaisuus, poikkitieteellinen yhteistyö ja visuaalisuus. Design-ajattelun mukaan suuntaudutaan tulevaisuuteen ja keskitytään siihen, mitä voisi olla, sen sijaan, että lähdetään ratkomaan asioita keskittyen pelkästään nykytilanteeseen. Koska, jos satsataan vain ennustettavissa oleviin ja helposti kopioitaviin ideoihin, ne saattavat johtaa pieniin parannuksiin lyhyellä aikavälillä. Silloin kuitenkin harvoin syntyy toimintaa uudistavia ja mullistavia parannuksia (Maula & Maula 2019).

Designin avulla saavutetaan myös kilpailuetu. Design-lähtöisillä yrityksillä on tutkitusti 41% korkeampi markkinaosuus, 46% parempi yleinen kilpailukyky, 50% sitoutuneemmat

Kehitä itsesi – paranna maailmaa!

Eurowear Oy
hei@eurowear.fi
p. 0452626695
www.eurowear.fi



Eurowear Oy

asiakkaat ja 70% parempi digitaalinen käyttökokemus kuin kilpailijalla. (Forrester Research Consulting & Adoben tekemä tutkimus 2016).

Palvelumuotoilun avulla me kehitämme olemassa olevaa tai rakennamme täysin uutta liiketoimintaasi asiakkaasi näkökulmasta. Prosessissa otetaan huomioon oikeiden asiakkaiden tarpeet ja toiveet ja asiakasymmärrykseen pohjautuen kehitetään uudenlaisia kestäviä tuotteita tai palveluja.

Asiakasymmärrys ja palvelumuotoilu auttavat yritystäsi:

- **Tuntemaan asiakkaasi.** Tunnistetaan asiakkaiden tarpeet ja ongelmat – myös ne, jotka jäävät piiloon.
- **Tuottamaan käyttäjälähtöisiä ja -ystävällisiä palveluita.** Käyttäjäystävällisyys vähentää asiakastuen tarvetta sekä säästää resursseja. Prosessissa suunnitellaan myös tulevaisuuden palveluita ja tarpeita.
- **Fokusoimaan toimintaa ja priorisoimaan tekemistä.** Poistetaan sellaista tekemistä, josta ei ole hyötyä tai joka ei tuota lisäarvoa asiakkaallesi.
- **Purkamaan siloja sekä yrityksen sisällä että laajemmin.** Sitoutetaan erilaiset sidosryhmät.
- **Tunnistamaan kohderyhmät** ja kehittämään tuotteita ja palveluita niin, että yrityksesi näyttäytyy asiakkaille kokonaisuutena.
- **Tekemään parempia päätöksiä.** Luodaan vankan pohjan sellaisten päätösten tekemiselle, jotka aidosti ratkaisevat asiakkaiden ongelmia ja tuovat lisäarvoa heille.
- **Uudistamaan työtapoja.** Vastaamalla ympäristön muutokseen siirrytään ketterämpiin ja kestäviin toimintoihin ja ratkaisuihin.

Kehitä itsesi – paranna maailmaa!

Eurowear Oy
hei@eurowear.fi
p. 0452626695
www.eurowear.fi



Eurowear Oy

Kehitysprojekti etenee neljän vaiheen avulla: tutki, analysoi, ideoi ja toteuta. Vaiheita toistamalla toteutetaan lopputuote tai tuotetaan ratkaisu, jota lähdetään sen jälkeen implementoimaan reaaliolosuhteissa. Näin parannetaan niin asiakkaiden, työntekijöiden kuin sidosryhmienkin kokemusta yrityksesi tuotteista ja palveluista. Kokonaiskokemus parantuu, kun yrityksen toimintaa muotoillaan ja optimoidaan niin, että se tukee mahdollisimman hyvin kokonaisvaltaista palvelukokemusta.

Meidän tehtävämme on luovuutta hyödyntäen muotoilla teille asiakkaiden toiveista, tarpeista, unelmista ja murheista sellaisia kestäviä ratkaisuja, joita he eivät osaa itse edes kuvitella.

Yhteyshenkilömme

Christina A. Saks
p. 0452626695
christina@eurowear.fi

Kehitä itsesi – paranna maailmaa!

Eurowear Oy
hei@eurowear.fi
p. 0452626695
www.eurowear.fi