

Taide Virtaa

Oman taiteellisen osaamisen
tuotteistaminen palveluksi tai tuotteeksi

Kaisa Kokko





Mitä tuotteistamisella tarkoitetaan?
Miksi siitä kannattaisi olla kiinnostunut?

Miten asiakkaita kannattaisi ottaa mukaan
palveluiden suunnitteluun ja miksi?

Miten tuotteistamista ja palvelumuotoilua
voidaan soveltaa taide- ja kulttuurialalla?

Aiheita tänään

VUODESTA 2012

Mahdollistamme **kaikkien alojen** opiskelijoille **yrittäjämäisten kykyjen** kasvattamisen ja avaamme näkökulmia yrittäjyydestä yhtenä **uravaihtoehtona.**



**HUBS on paikka,
jossa voit olla
oppia
kasvaa
verkostoitua.**

KESTÄVÄ yrittäjyys

Taloudellinen x Sosiaalinen x Ekologinen





<https://www.linkedin.com/in/kaisa-kokko/>

Mikä tuotteistaminen?



A man with dark hair, wearing a bright yellow t-shirt and dark pants, is sitting cross-legged on a lush green lawn. He is looking at a silver laptop in front of him with a wide, joyful expression, his mouth open in a smile and his eyes squinted. His hands are raised in a celebratory gesture, with his fists clenched. The background is a soft-focus park with tall trees and a bright sky, suggesting a sunny day. The overall mood is one of success and happiness.

Hankinnan helpottamista.

**Oman
osaamisen
paketoimista.**



Palvelun tuotteistaminen

"Tuotteistamisella tarkoitetaan uusien ja olemassa olevien palvelujen määrittelyä, systematisoimista ja ainakin osittaista vakiointia."

Tuotteistamisen tavoitteena on uudistaa ja kehittää (palvelu)liiketoimintaa niin, että laadun ja tuottavuuden parantumisen kautta asiakkaan saama hyöty maksimoituu ja yrityksen kannattavuus paranee."

m. Business Finland



Tuotteistetun palvelun elementtejä

Määrittely

Brändi

Hinta

Jakelu



Palvelujen muotoilu

asiakkaita osallistaen





**Käyttäjä-
keskeinen
kehittäminen**

HALUTTAVUUS

Asiakas

**TOTEUTET-
TAVUUS**

Tekninen

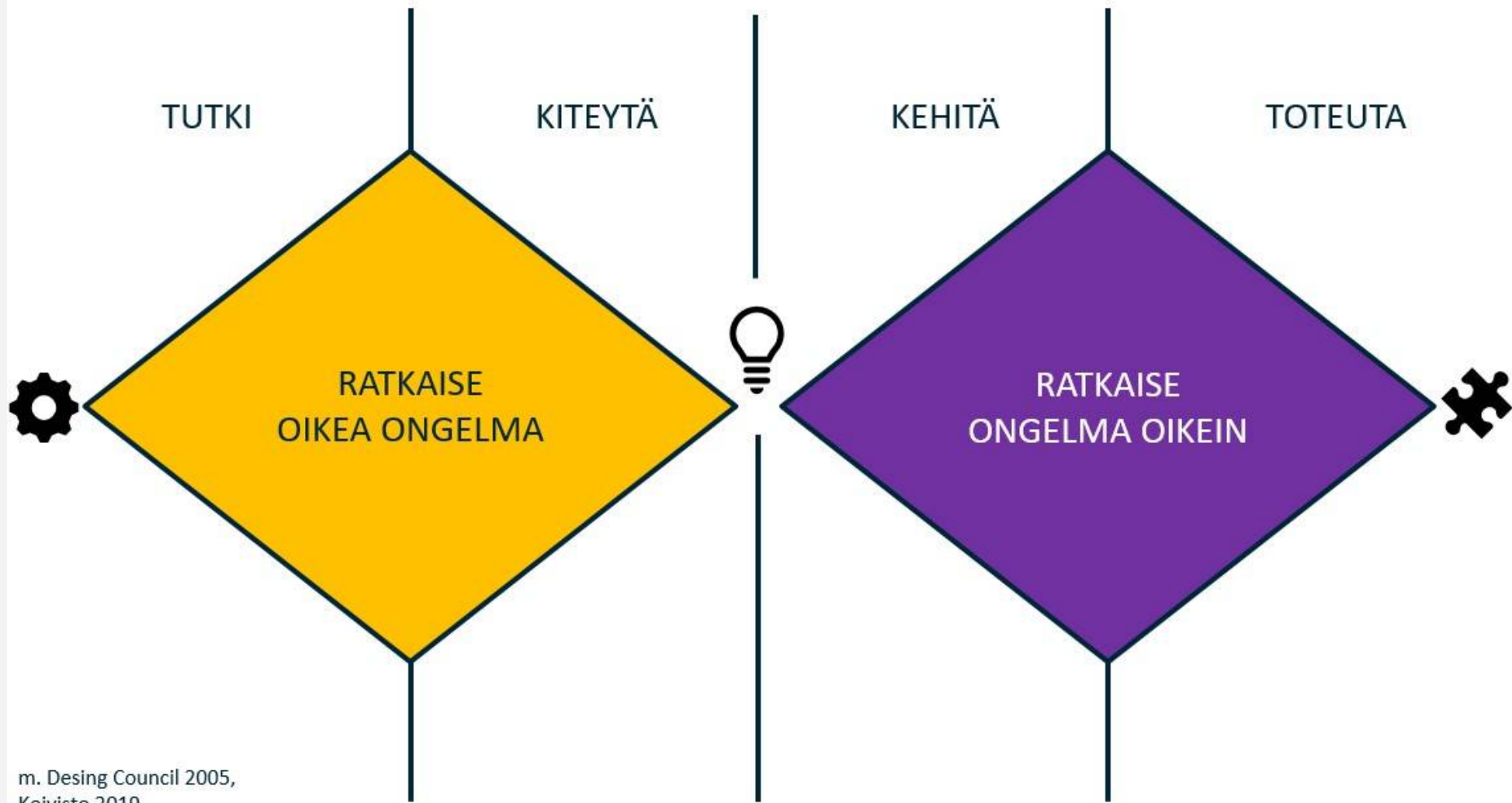
**KANNAT-
TAVUUS**

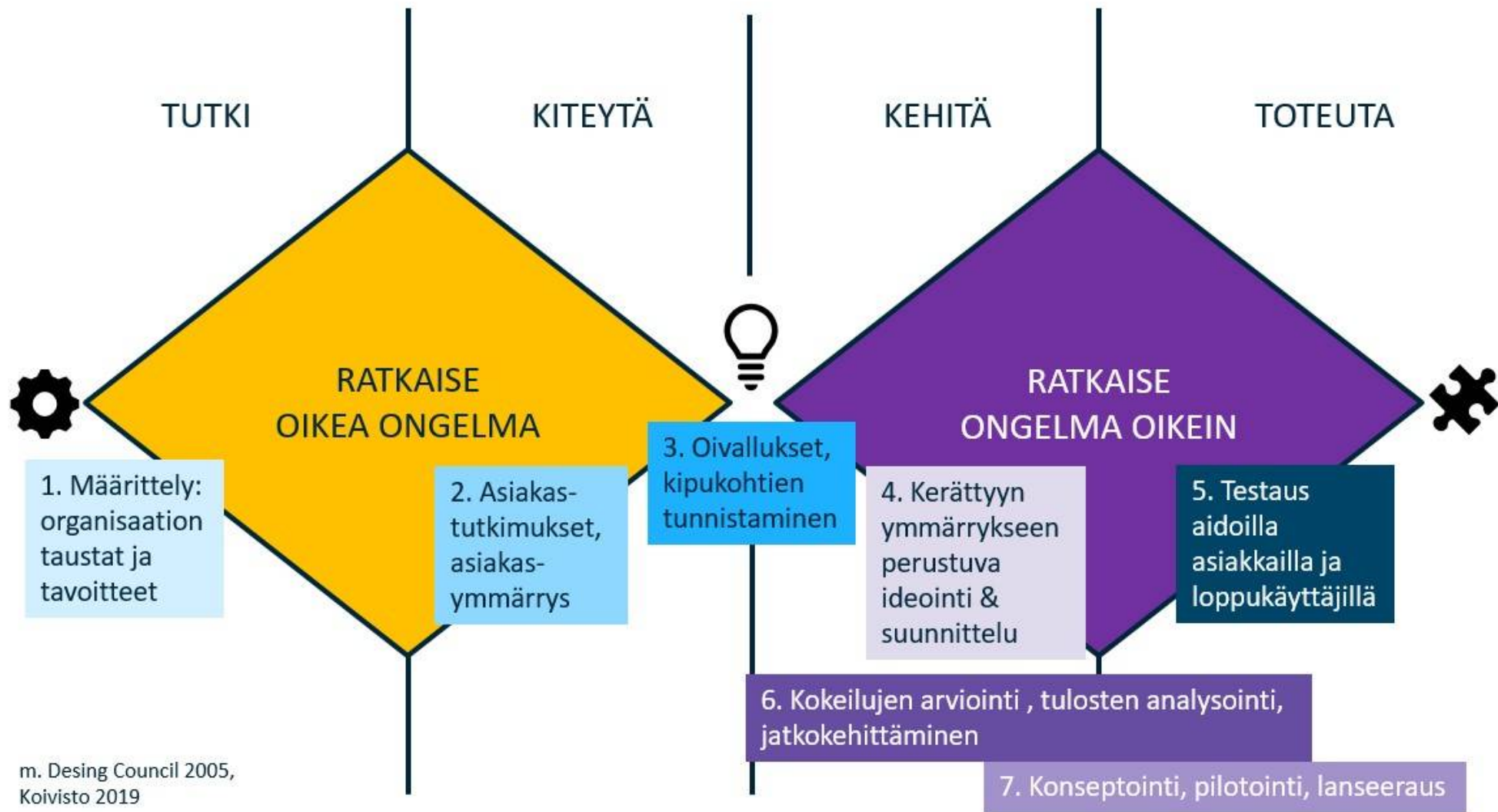
Liiketoiminta

Asiakkuus on muuttunut.



Entinen passiivinen ostaja on nyt aktiivinen toimija, arvioija ja yhteiskehittäjä.





Esimerkkejä



**Mitä
asiakas
ostaa**

**Mitä
asiakas
tarvitsee**

**Mitä
asiakas
tahtoo**

**Aito arvo
asiakkaalle**





**Mitä
asiakas
tarvitsee**

**Mitä
asiakas
haluaa**

**Aito arvo
asiakkaalle**



**Mitä
asiakas
haluaa**

**Aito arvo
asiakkaalle**



**Aito arvo
asiakkaalle**



YLEISÖN
PYYNNÖSTÄ!

JATKOAIKA!!!

28.12.21 - 9.1.22

MA-PE, SU 12-18

LA 10-18

1.1. SULJETTU

POP UP TAIDE PUOTI

HALLITUSKATU 7, TRE

#POPUPTAIDE

#TAIDEPUP



**+ Palavat taivaat ei-
kenenkään-maan yllä – Ville
Rädyn maalaukset tulevat
seuraajille tutuiksi somessa
jo ennen valmistumistaan**

Jori Liimatainen



Galleria Joellassa esillä oleva Decay and Growth -näyttely on Ville Rädyn debyyttinäyttely Turussa.







Kim Wirzenius
kitarapedaalit



Työkaluja

A hand holding a crystal ball that reflects a forest scene. The background is a blurred image of autumn trees with warm colors like orange, yellow, and blue.

1. Empatiakartta
2. Value Proposition Canvas
(arvolupausmalli)

Empatiakartta

Kuulee

Kuka tai ketkä vaikuttavat asiakkaan mielipiteisiin?
Mitä vinkkejä tai neuvoja hän saa tuttaviltaan?
Mitä medioita hän seuraa aktiivisesti?

Ajattelee ja tuntee

Mikä on hänelle tärkeää?
Mistä hän haaveilee?
Mikä saa hänet liikuttumaan?
Mikä saa hänet huolestumaan tai järkyttymään?



Näkee

Mitä asiakas näkee ympärillään, millainen hänen ympäristönsä on?
Ketkä ovat hänen ystäviään, keitä hän tapaa?
Millaisia palveluita hänelle tarjotaan?

Sanoo ja tekee

Miten asiakas käyttäytyy julkisella paikalla?
Minkälaisia asenteita hänellä on?
Miten hän suhtautuu muihin?
Ovatko hänen puheensa ja käytöksensä ristiriitaisia?

Kipupisteet

Mikä saa hänet turhautumaan?
Mikä estää häntä toimimasta?
Mitä riskejä hän kaihtaa?

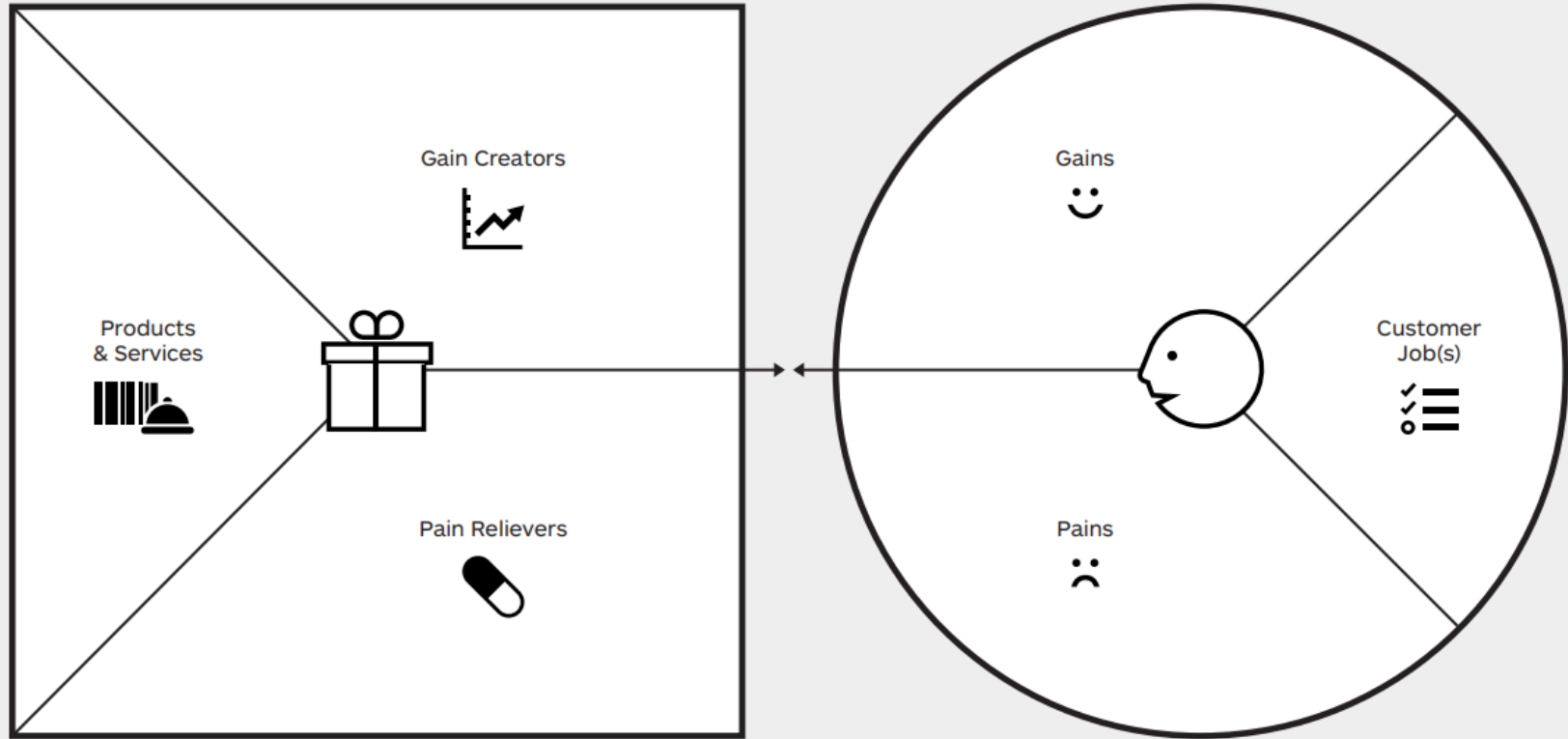
Onnistumiset

Mitä hän haluaa elämässä saavuttaa?
Miten hän arvioi onnistumisia?
Millä tavoin hän saavuttaa tavoitteensa?

The Value Proposition Canvas

Value Proposition

Customer Segment



**Suurin osa
meistä
ihmisistä
motivoituu
mahdollisuudesta
osallistua ja
vaikuttaa**



**- erityisesti
asioihin, jotka
koemme
merkityksellisiksi.**

Mitä mukaan?

1. Tunnista asiakaskuntasi
2. Tutustu heidän ajatteluunsa
3. Tee oma osaamisesi näkyväksi: kuvaa ja sanoita ja kiteytä

+ Jätä tunnejälki



Kiitos!



Kaisa Kokko
Entrepreneur Coach

kaisa.kokko@tuni.fi

+358 40 747 6715



hubs@tuni.fi



hubs.fi



[@hubstre](https://www.instagram.com/hubstre)



[/hubstre](https://www.linkedin.com/company/hubstre)



[@tre_hubs](https://twitter.com/tre_hubs)



Tampere University
Tampere University of Applied Sciences

www.tuni.fi