

SAMMON JÄLJILLÄ- IDEAKILPAILU KALEVALAN HENGESSÄ

TUOTTEISTUSILTA 7.10



flowhouse



POHJOIS-KARJALA
Maakuntaliitto



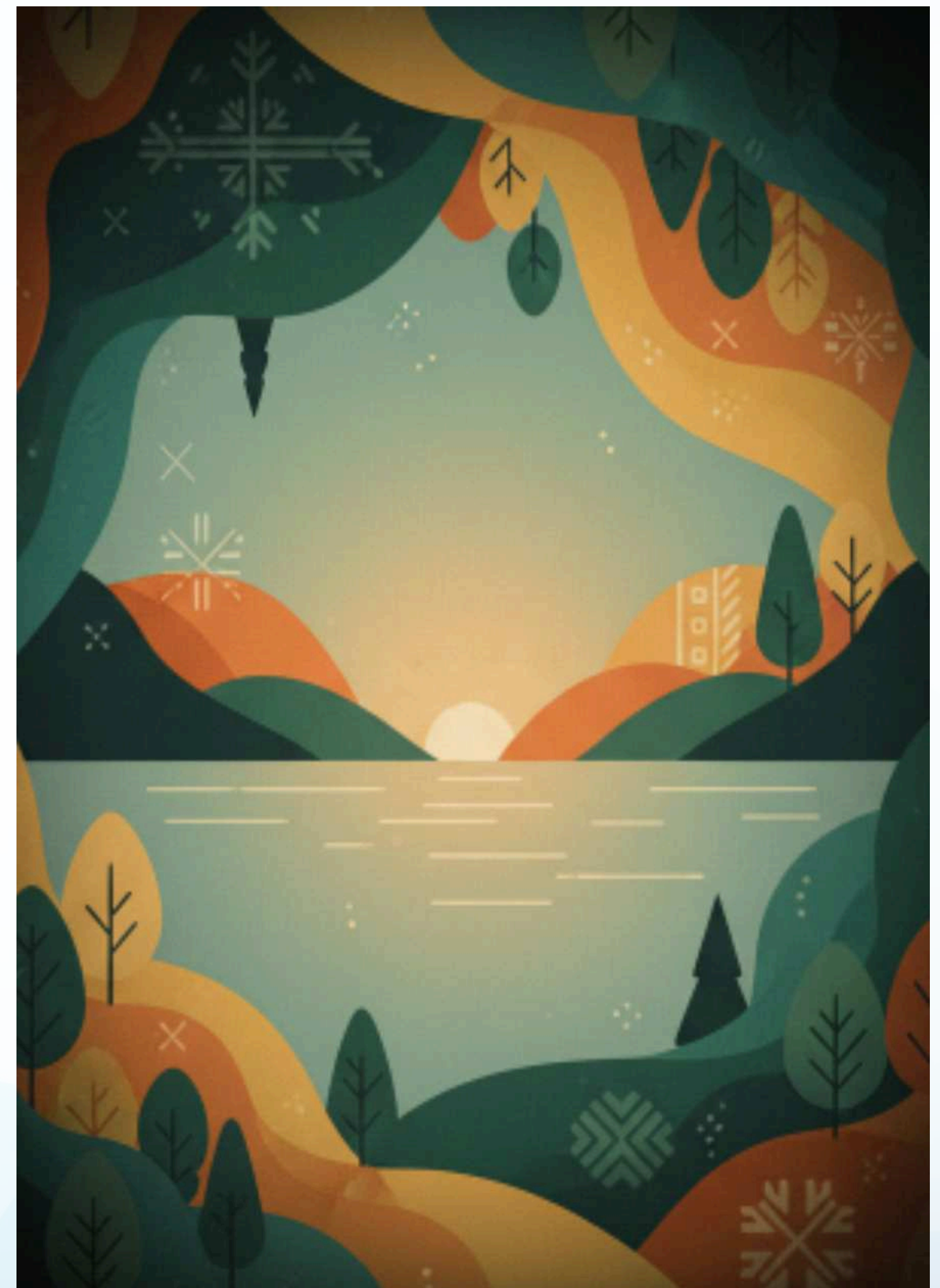
IDEAKILPAILUN KUVAUS

Onko sinulla idea, joka tuo Kalevalan hengen eloon Nurmeksen alueella?

Sammon jäljillä –ideakilpailussa haetaan matkailuelämyksiä, tuotteita ja tapahtumia, jotka ammentavat suomalaisesta kulttuuriperinnöstä ja muovaavat siitä uusia vetovoimaisia kokemuksia.

Kilpailu on avoin kaikille – yksittäisille ideanikkareille, opiskelijoille, luovan alan tekijöille, yhdistyksille ja yrityksille.

Ideasi voi olla aktiviteetti, konkreettinen tuote, palvelut tai tapahtuma – tai jotakin aivan muuta, kunhan se tuo matkailijalle uuden kokemuksen Kalevalan hengessä. Tuotteen tai palvelun tulee olla uusi tai merkittävästi kehitetty versio aiemmasta. Kilpailu ei ole tarkoitettu olemassa olevien toimintojen ylläpitoon.



KATEGORIAT

Aktiviteetit – Elämykset, palvelut ja hyvinvointi luonnosta

Kategoriassa haetaan matkailullisia elämyksiä ja aktiviteetteja, jotka voivat hyödyntävät luonnon elementtejä, paikallista ympäristöä, hiljaisuutta ja henkistä hyvinvointia Kalevalan tarinoiden innoittamina.

Kyseessä voi olla ohjattu elämys luonnossa veden äärellä, itse toteutettava aktiviteetti ja koettava elämys, hyvinvointikokonaisuus ja siihen liittyvät palvelut (esim sauna), toiminnallinen aktiviteetti ja tarinallinen retki tai osallistava työpaja.

Konkreettiset tuotteet – Käsityö, design, ruoka & peli

Kategoriassa haetaan fyysisiä tuotteita tai tuotekonsepteja, joissa yhdistyvät paikallinen käsityö, ruoka, design, tarinallisuus ja Kalevalan kuvasto – modernein ottein mutta kulttuuriperintöä kunnioittaen. Konkreettinen tuote voi olla myös digitaalisessa ympäristössä koettava tuotesisältö, peli tai konsepti.

Tapahtumat – Kulttuurisisällöt, ruoka ja paikallinen elämäntapa

Kategoriassa haetaan erilaisia tapahtumakonsepteja, ohjelma-kokonaisuuksia tai festivaali-ideoita, joissa voivat yhdistyä paikallinen elämäntapa, ruokaan tai luonnonantimiin perustuvat ruokakokemukset, musiikki, tarinat ja yhteisöllisyys Kalevalan maailmasta ammentaen.

KALEVALAISUUS JA KALEVAN TARINAT TUOTTEISSA JA PALVELUISSA

Kalevala



KALEVALAISTEN
NAISTEN LIITTO



KALEVALA SPIRIT

Kalevala Spirit on perheyritys, joka yhdistää suomalaisen kulttuurin, käytännön kaupan osaamisen ja kansainvälisen tapahtumatuotannon. Toimimme tuottajana, jälleenmyyjänä ja projektikumppanina – ja tunnemme Saksan markkinat sisältä päin.

JUMINKEKO

Juminkeko on Juminkeko-säätiön ylläpitämä kansallinen ja kansainvälistä kulttuurivaihtoa harjoittava Kalevala-keskus, joka vaalii ja tekee tunnetuksi Kalevalaan liittyvää kulttuuriperinnettä.



"Olipa kerran: Kalevala" -teatteriesitykset museon sisäpihalla 25.6.–30.8.

AVAN

ABOA VETUS ARS NOVA

"Olipa kerran: Kalevala" -teatteriesitykset museon ravintolan sisäpihalla 25.6.–30.8.

"Olipa kerran: Kalevala" -esitys pureutuu komedian keinoin kansalliseepokseemme, sen syntyyn, tarinoihin ja taruihin. Tämä yleissivistävä komedia näyttää mitä Elias Lönnrotille oikeasti tapahtui Kalevalan tarinoiden keruureissulla ja paljastaa kaiken Kalevalasta. Melkein kaiken. Tai no, ainakin jotain.



IDEASTA PALVELUKSI JA TUOTTEEKSI - MITÄ?

Idean konkretisointi ja tuotteistaminen ulkoinen ja sisäinen tuotteistaminen ainakin...

Ulkoisesti:

Palvelun/tuotteen suunnittelua
Palvelun/tuotteen selkeyttämistä
Houkuttelevaksi tekemistä asiakkaalle
Ostamisen helpottamista
Markkinoille menon saattamista
Selkeää hinnoittelua
Yhteistyötä kumppaneiden kanssa
Näkyvyyttä ja läsnäoloa niissä kanavissa joissa asiakkaat

Sisäisesti:

Palvelun toteutustapa ja palvelun tuottaminen miten
Omien prosessien kirkastamista
Palvelun toistettavuuden helpottamista
Palvelun dokumentointia
Yhteistyön malleja kumppaneiden kanssa
Hinnoittelun määrittelyä
Jakelukanavien valintaa ja tapaa toimia niissä



IDEASTA PALVELUKSI JA TUOTTEEKSI - TEKIJÄT



ARVOLUPAUS JA EROTTUVUUS – MIKSI IDEASI ON OLEMASSA?

Jokaisen tuotteen tai palvelun taustalla on yleensä lupaus jostain muutoksesta, uudistuksesta tai lisäarvosta

- mitä hyötyä tai arvoa se luo ja kenelle?
- miksi juuri tämä idea ansaitsee tulla toteutetuksi
- minkä ongelman idea ratkaisee tai minkä tarpeen se täyttää?

Monet ideat kaatuvat siihen, että tämä arvolupaus jää epämääräiseksi tai ideaa konkretisoitaessa ei tunnisteta mikä on juuri tämän idean ainutlaatuinen asiakashyöty/erilaistava tekijä

Voit sparrata ideaasi ainakin näillä kysymyksillä:

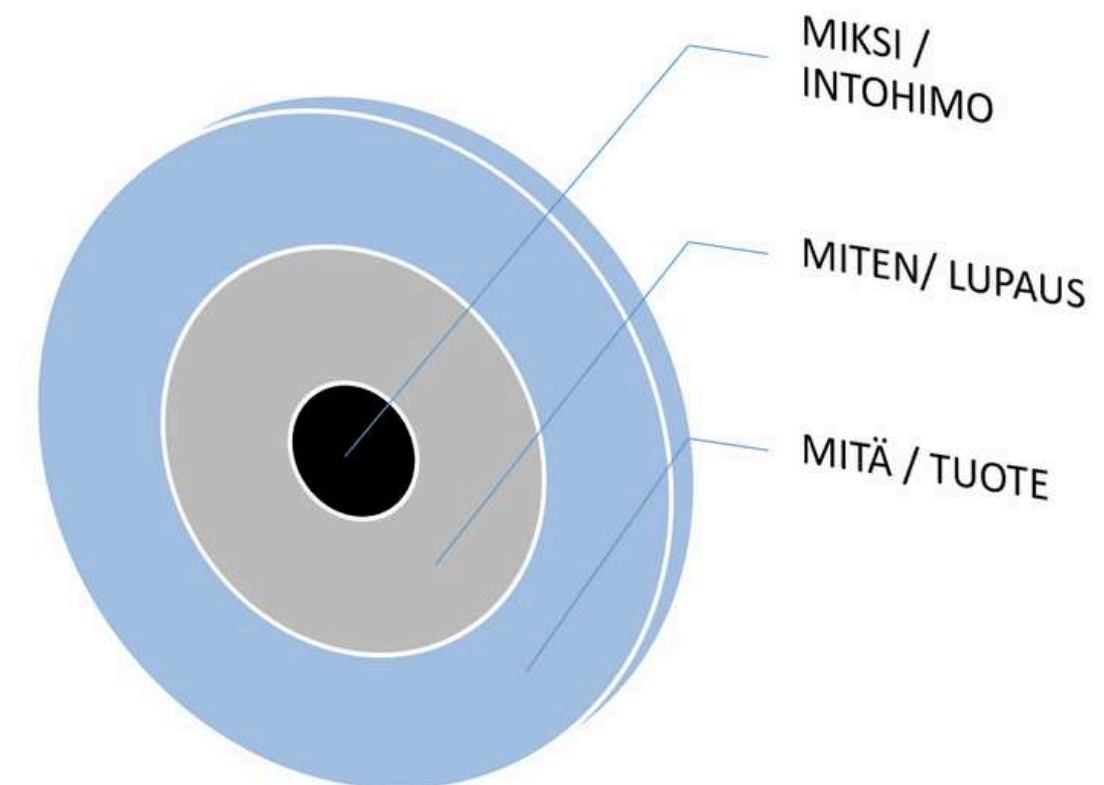
- Mikä ongelma tai tarve saa ideasi syntymään?
- Miten asiakkaan elämä, arki tai kokemus muuttuu ideasi ansiosta?
- Mikä tekee ideastasi erilaisen kuin muista vastaavista?

Vinkki:

Muotoile ideaasi yhdellä lauseella niin, että se alkaa sanoilla

“Tämä idea auttaa ihmisiä, koska...”

“Ideani muuttaa maailmaa siten, että....”



KONSEPTOINTI JA PAKETOINTI – TEE AINEETTOMASTA NÄKYVÄÄ

Tuotteistaminen on ennen kaikkea asioiden konkretisointia: miten palvelu tai idea puetaan muotoon, joka on ymmärrettävä, toistettava ja ostettava.

Idea tarvitsee toteutukseen siis rakenteen – konkreettisia osia, vaiheita tai “paketteja” jotka tekevät siitä tunnistettavan ja hallittavan.

Sisäisen ja ulkoisen tuotteistamisen periaate

Voit sparrata konkretisoinnin osalta ideaasi ainakin seuraavilla kysymyksillä:

- Mitkä ovat ideasi kolme keskeistä osaa (esim. sisältö, kokemus, lopputulos)?
- Mitkä osat voivat olla vakiomuotoisia (toistettavia) ja missä kohdissa tarvitaan räätälöintiä?
- Miltä ideasi näyttäisi, jos se olisi fyysinen tuote tai käyttöliittymä?

Vinkki:

Hahmota ja piirrä/kuvaa ideasi – mitä elementtejä siinä on sisällä ja mitä asiakas näkee ulospäin?



KOKEILEMINEN JA KEHITTÄMINEN – IDEASTA TESTATTAVAKSI VERSIOKSI

Suurin oivallus idean konkretisoinnissa tuotteeksi ja palveluksi syntyy tekemällä. Ideaa kannattaa siis testata kevyesti jo hyvissä ajoin ennen täyttä lanseerausta: kerää palaute, muokkaa ja opi.

MVP- tai “Minimum Viable Service” –(eli Palvelun kokeiluversio) ajattelu auttaa kehittämään ideaa nopeasti ja riskittömästi.

Pienin toimiva palvelu auttaa testaamaan idean toimivuutta nopeasti, oppimaan asiakkaiden tarpeista ja kehittämään palvelua vaiheittain ilman suuria kustannuksia. >

Sparrauskysymykset:

- Mikä on pienin versio ideastasi, jonka voisit testata jo nyt?
- Mitä haluaisit oppia testistä (esim. kiinnostus, toimivuus, arvo)?
- Kenen kanssa voisit pilotoida ideaa?

Vinkki:

Toteuta oman ideasi kokeiluversion laadinta, prosessiehdotus seuraava dia



MVP - PALVELUN KOKEILUVERSIO

1. Havaitse tarve ja kohderyhmä

- Tunnista ideasi osalta jokin ongelma tai tarve, ja kenelle se on merkityksellinen?
- Haastattele 2–3 ihmistä, jotka voisivat olla asiakkaitasi. Kuuntele, miten he kuvaavat tarvetta omin sanoin

2. Määrittele palvelun ydinlupaus

- Mikä on pienin mahdollinen arvo, jonka voit tuottaa asiakkaalle?
- Miten ideani auttaa asiakasta siirtymään tilanteesta A tilanteeseen B?”
- Esim Luovan alan freelancer: “Autan pientä kuntaa kirkastamaan kulttuuritapahtumansa tarinan yhden sparrausillan aikana.”

3. Rakenna kevyt kokeiluversio

- Tee yksinkertainen, nopeasti toteutettava luonnos tai prototyyppi.
- Tavoite ei ole valmis palvelu, vaan oppiminen. > Esimerkkejä: testityöpaja, lyhyt demo, käsikirjoitus, verkkosivu, palveluluonnos, yhden asiakkaan pilotti.

4. Testaa ja kerää palaute

- Testaa ideaa aidossa käytössä.
- Kysy: mitä toimi, mikä ei, mitä jäi puuttumaan, mikä oli asiakkaalle arvokasta? > Vinkki: dokumentoi opit heti – niistä syntyy seuraavan version pohja.

5. Tee seuraava päätös

- Jatka: jos asiakkaat haluavat lisää.
- Muokkaa: jos idea on kiinnostava, mutta kaipaa säätöä.
- Jätä: jos tarve ei osoittaudu todelliseksi.

Esimerkkejä pienistä kokeiluista

Toimiala	MVP-kokeilu	Tavoite
Kouluttaja / valmentaja	45 min miniworkshop	Testaa kiinnostusta ja oivallusarvoa
Taiteilija	3 teoksen pienosasto / digitaalinen luonnos	Selvittää, mikä aihe puhuttelee yleisöä
Käsityöläinen	Ennakkotilauslomake	Testaa kysyntää ennen tuotantoa
Tapahtumajärjestäjä	Pilottitapahtuma rajatulle yleisölle	Mittaa kiinnostusta ja tunnelmaa
Sisällöntuottaja	Yksi testisisältökonsepti	Mittaa sitoutumista ja palautetta

TIIMI JA YHDESSÄ TOTEUTTAMINEN

Harva idea toteutuu yksin. Parhaat palvelut ja tuotteet syntyvät verkostoissa, joissa yhdistetään osaamista, verkostoja, resursseja ja ideoita toisiinsa

Millainen on sinun idean ympärillä toimiva ydintiimi ja osajien joukko? Toimitko itsenäisesti vai jo osana jotain laajempaa tiimiä, työryhmää tai yritystä?

Yhteistyö voi olla rahoitusta, jakelua, sisällöntuotantoa, näkyvyyttä tai idean jatkojalostusta – ja se kannattaa huomioida jo varhaisessa vaiheessa.

Sparrauskysymykset:

- Kenen kanssa ideasi voisi toteutua vielä paremmin?
- Mitä kukin tuo yhteiseen pöytään – osaamista, kanavia, yleisöjä, rahoitusta?
- Miten varmistetaan, että yhteistyö hyödyttää kaikkia osapuolia?

Sammon jäljillä osalta huomioi ainakin:

Pikes, Bomban matkailuverkosto, PKO, yhdistykset ja yhteisöt, Taike, oppilaitokset...

Vinkki:

Kirjoita kolme toimijaa tai tahoa, joiden kanssa ideasi voisi kasvaa seuraavalle tasolle. Keitä he ovat paikallisesti, alueellisesti tai valtakunnallisesti, ehkä kv?



ASIOIDEN KIINNOSTAVA YHDISTELY

Erilaisten asioiden ja ideoiden kiinnostava yhdistely on tapa, jolla ideaa voidaan merkittävästi konkretisoida ja toiseksi rakentaa siitä kiinnostavampaa kokonaisuutta asiakkaille ja tavoiteltaville kohderyhmille

Ideoiden yhdistely voi tapahtua esimerkiksi seuraavilla tavoilla:

- *Hyvinvointi + luonto + perinne (esim. hoitopalvelu Kalevala-teemalla)*
- *Tuote + elämys + kulttuuri (esim. myymälä + tehdaskierros)*
- *Tapahtuma + interaktiivisuus + tarinallistaminen*
- *Fyysiset ja digitaaliset komponentit yhdistettynä: myymälä + verkkokauppa + digitaaliset tarinat / AR-sovellukset*
- *Tapahtumat, näyttelyt, työpajat, teemaillat yhdistettyinä tuotteisiin / palveluihin*



ASIAKASYMMÄRRYS JA DATA IDEAN JALOSTAMISEN TUKENA

Hyödynnä idean jalostamisessa erilaista saatavilla olevaa tietoa, dataa ja asiakasymmärrystä.

Mitä tämä data voi olla?

Tilastotietoa alueen matkailijakävijöistä ja kulutustottumuksista

Esim. Visit Finland Rudolf-tilastopalvelu

Asiakaspalautetietoa matkakohteesta laajemmin

Pikes, VisitKarelia

Oma organisaatiosi/yrityksen data digitaalisissa kanavissa ns. omistettu data

Google Analytics, some-data, verkkokauppadata jne...

Tutkimukset ja selvitykset

Esim AMK, UEF

Omat selvitykset ja tiedonhankinta

Erilaiset kyselyt

Visit Finland Akatemia ja Visit Finland datalähteet laajemmin

STF, kohdemarkkinadata, raportit

Liikennetieto ja saavutettavuus

Traficom, Finavia



KEHITTÄMIS- JA INVSTOINTIRAHOITUS

Selvitä ja hyödynnä jo alkuvaiheessa.

Usein taustalla jokin omarahoitusosuus esim. 20% tai 50% riippuen onko kyse palvelun kehittämisestä tai investoinnista.

Hyvä hallintotapa ja taloudellinen kyky vastata hankkeesta.

Leader-ryhmät

ELY-keskus

Rakennerahastot ESR, EAKR

Maakuntaliitto

Business Finland

Taike

Kulttuurirahasto

Joukkorahoitus kuten Mesenaatti

Opetus- ja kulttuuriministeriö

Erilaiset säätiöt (kartoita)

Suositus:

Ole yhteydessä Pikesin asiantuntijoihin!



CASE: LÄHES KAIKKI EDELLÄ LÄPIKÄYDYT IDEAN JALOSTAMISEN TEEMAT YHDISTYVÄT KIINNOSTAVASTI

PUOLANGAN PESSIMISMIPÄIVÄT

Joka vuosi 1.1.-31.12.



Vain Puolangalla on puhdasta luontoa ja kauniita maisemia



Puolangan pessimistien verkkokaupasta kaikki turha kotiin ja
puutarhaan koko vuoden ympäri

www.puolanganpessimistit.fi/



TEKIJÄNOIKEUDET

- Osallistujalla säilyy tekijänoikeus omaan ideaansa.
- Järjestäjällä on oikeus käyttää kilpailuun jätettyjä ideoita kilpailun viestinnässä, markkinoinnissa ja raportoinnissa.
- Jos idea etenee toteutukseen kilpailun kautta, siitä sovitaan erikseen järjestäjän ja idean esittäjän välillä.
- Osallistuja vakuuttaa, että hänen jättämänsä idea on omaa tuotantoa eikä loukkaa kolmansien osapuolten oikeuksia.
- Kalevalan runot, hahmot ja tarinat ovat tekijänoikeuksien näkökulmasta vapaasti hyödynnettävissä uusina luovina sisältöinä
- Kalevalaa hyödynnettäessä on kuitenkin tärkeää tunnistaa uudet teokset ja versiot, jotka saattavat olla suojattuja kuten elokuva, taideteos, peli, näytelmä jne.
- Eli tarkista onko käytössä kuvituksia, äänitteitä, käännöksiä tai muita materiaaleja, joilla on oma tekijänoikeutensa? Esim. ”Kalevala Spa –luonnonhoidot” ei riko tekijänoikeutta, jos et käytä suojattua kuvamateriaalia tai tekstiä — mutta konsepti voi itsessään olla luova tulkinta.
- Vaikka teos olisi vapaa, lähteen tunnustaminen lisää uskottavuutta ja osoittaa eettistä toimintaa.
- Voit suojata omat Kalevala-aiheiset ideasi tai tuotteesi esim. tavaramerkillä, mallisuojoilla tai brändin visuaalisilla elementeillä.



IDEAKILPAILUN TUKIJAT

Ideakilpailun järjestäjä on Pielisen Karjalan Kehittämiskeskus Oy – PIKES, Kalevala-elokuvasta elinvoimaa –hanke

Ideakilpailun tukijat muodostava verkoston, jotka voivat tarjota ideoiden konkreettiseen toteuttamiseen tukea, erilaisia resursseja tai muuta apua, jolla mahdollistetaan yhdessä idean omistajan kanssa idean toteuttamiskelpoisuus tulevaisuudessa.

Ideakilpailun tukijat ovat:



KIITOS

AIKAA KYSYMYKSILLE JA YHTEISELLE KESKUSTELULLE

Tämä aineisto on tarkoitettu vain osallistujien käyttöön
osana Sammon jäljillä -ideakilpailun toimintaa ja
yhteistyötä FlowHousen ja Pikesin toimijaverkoston
välillä.

FlowHouse Oy
Jouni Kärkkäinen
jouni.karkkainen@flowhouse.fi



flowhouse



POHJOIS-KARJALA
Maakuntaliitto

