

TAIDE KÄYT- TÖÖN

Matkalla julkisen taiteen asiantuntijaksi:

Näin kehität palveluliiketoimintaasi

Hanna Rajalahti, Tuula Ryhänen, Ulla Huovinen & Minna Saukkonen



Vipuvoimaa
EU:lta
2014–2020



**Voit täyttää tämän työkirjan sähköisesti tai
tulostaa sen ja kirjoittaa käsin.**

Julkaisun kirjoittajat

Hanna Rajalahti, Tuula Ryhänen, Ulla Huovinen & Minna Saukkonen
Haaga-Helia

Työkirja on tuotettu Taide käyttöön – Ratkaisumalleja taiteen yhdistämiseksi
rakentamiseen -hankkeessa

Hankkeen osarahoittaja Euroopan Sosiaalirahasto (vv. 2018–2020)

Päätoteuttaja Ornamo

Projektipäällikkö Anna Rikkinen

www.taidekayttoon.fi

Graafinen suunnittelu:

Hanna Huuskonen / Haaga-Helia

Sanna Pyykkö / Sopiva Design

© kirjoittajat ja Haaga-Helia ammattikorkeakoulu

Haaga-Helian julkaisut 6/2020

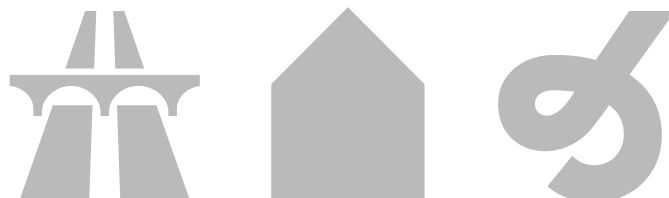
Julkaisija: Haaga-Helia ammattikorkeakoulu

ISBN 978-952-7225-24-0

ISSN 2342-2939

Sisältö

Lukijalle	4
Omat vahvuuteni	6
Oman osaamisen tunnistaminen.....	7
Asiakastarpeen tunnistaminen	8
Yhteistyöverkostot	10
Brändi: luottamuksen rakentaminen	11
Brändi: näkyvyyden kehittäminen	12
Valmistautuminen myyntiin: vuorovaikutustilanne	13
Valmistauminen myyntiin: ominaisuus, etu, hyöty -analyysi	14
Sopimusten ja tarjousvalmistelun varmistaminen	15
Ideasta sopimukseksi.....	18
Seuraavat askeleet julkisen taiteen asiantuntijaksi	19
Minun yritykseni	20
Muistiinpanoja.....	21



Lukijalle

Haaga-Helian Taide käyttöön -valmennus, jonka aikana tämä työkirja syntyi, toi arvokkaan lisän suomalaiseen julkiseen taiteeseen. Valmennus on ollut julkisen taiteen asiantuntijoille, siis taidekoordinaattoreille ja -konsulteille sekä sellaisiksi haluaville, ensimmäinen mahdollisuus kehittää liiketalouden osaamistaan taiteen ja rakentamisen yhdistävässä koordinointi- ja konsultointityössä. Valmennus on osa Euroopan sosiaalirahaston (ESR) osarahoittamaa Taide käyttöön -yhteistyöhanketta, jossa seitsemän kumppania kehittää ratkaisumalleja taiteen ja rakentamisen yhdistämiseen.

Julkisen taiteen asiantuntijuus on Suomessa nuori erityisosaamisen ala. Ensimmäinen taidekoordinaattori, Taideteollisessa korkeakoulussa työskennellyt taiteen tohtori **Tuula Isohanni**, aloitti työnsä Helsingin Arabianrannan rakennushankkeessa 2000-luvun alussa. Hänen tehtävänä oli toteuttaa satoja taideteoksia uudelle asuinalueelle yhteistyössä arkkitehtien, rakennuttajien, muiden suunnittelijoiden ja taiteilijoiden kanssa. Pioneerityötä tehnyt Isohanni on kuvailut olevansa tulkki taiteen ja rakentamisen välissä. Sittemmin taidekoordinointi on yleistynyt ja sen käytännöt monimuotoistuneet, mutta määritelmä pätee edelleen.

Julkisen taiteen asiantuntijaa tarvitaan, kun kaupunki tai kunta, toki myös yksityinen rakennuttaja, tekee päätöksen sijoittaa taidetta uuteen tai korjausrakennettavaan rakennukseen, puistoon tai vaikkapa liikenneympyrään. Prosenttiperiaate on Suomessa jo lähes satavuotias taiteen rahoittamisen tapa, jossa rakentamisen budjetista noin prosentti varataan taiteen hankkimiseen. Periaatteen elinvoimasta kertoo se, että yhä useammat kunnat sitoutuvat sen käyttöön – joskin periaate on saanut uusia muotoja. Julkista taidetta voidaan hankkia esimerkiksi asettamalla ns. taidevelvoite tontinluovutusehdoksi niin, että rakennuttaja sitoutuu hankkimaan taidetta ja saa vastineeksi oikeuden rakentaa kunnan omistamalle maalle.

Suomessa on monipuolinen kirjo julkisen taiteen hankinta- ja rahoitustapoja, mutta julkisen rahoituksen lisäksi visuaalisen taiteen alalla ei ole juurikaan ollut tapana puhua rahasta – tai ainakaan taiteesta liiketoimintana. Taide käyttöön -valmennuksessa julkisen taiteen asiantuntijan työtä tarkastellaan liiketoimintana, alan erityispiirteet huomioiden. Valmennuksessa on mm. sparrattu tunnistamaan mahdollinen asiakaskunta ja määrittämään brändi, kehitetty myyntiosaamista ja käyty läpi hyviä sopimuskäytäntöjä. Taidot ovat itsenäiselle taideyrittäjälle elintärkeitä.

Taidekoordinointi tai -konsultointi on osaamista, jonka voi tuotteistaa tai palvelullistaa. Taidehankkeessa on erilaisia työvaiheita, jotka kaikki ovat määriteltävissä. Silloin niille voi myös asettaa hinnan. Taidekonsultti voi myydä kunnalle laajan taidesuunnitelman asemakaavoituksen yhteyteen, tai koordinaattori voi tarjota rakennuttajalle osaamisensa taiteilijoiden kanssa neuvottelemisessa.

Taideyrittäjyys on toiminnan organisoimisen tapa, joka antaa mahdollisuuden työskennellä hyvin moninaisten julkisen taiteen hankkeiden parissa. Liiketoimintaosaamista ei kannata vähätellä tai väheksyä taiteessa, sillä luovuuskin kukoistaa, kun tarjouspohjat ja asiakkuussuhteet ovat kunnossa. Osaava ja ammattimainen toiminta takaa, että Suomessa nähdään julkisessa tilassa tasokasta nykytaidetta.

Helsingissä 24.4.2020

Anna Rikkinen

Projektipäällikkö

Taide käyttöön – Ratkaisumalleja taiteen yhdistämiseksi rakentamiseen

Ornamo ry

Hyvä luovan alan ammattilainen,

Olemme tehneet tämän työkirjan sinulle Taide käyttöön -valmennusohjelman aikana. Kevään 2019 valmennusohjelmassa 19 luovan alan ammattilaista kehitti omaa osaamistaan taiteen ja rakentamisen yhdistämiseksi.

Nyt työkirja ohjaa sinua suunnittelemaan ja kehittämään palveluliiketoimintaa julkisen taiteen asiantuntijana – esimerkiksi taidekonsultin tai taidekoordinaattorin roolissa.

TYÖKIRJA AUTTAA SINUA TUNNISTAMAAN

- omat vahvuutesi ja kehittämiskohteesi,
- asiakkaat (työkirja kutsuu heitä myös julkisen taiteen tilaajiksi) ja heidän tarpeensa,
- mitä palveluja voit tarjota asiakkaalle tyydyttääksesi heidän tarpeensa,
- potentiaaliset yhteistyökumppanit.

Työkirja ohjaa myös rakentamaan brändiä. Se, miten kerrot itsestäsi ja palveluistasi, vaikuttaa nykyisten ja mahdollisten asiakkaiden ja yhteistyökumppanien sinusta muodostamaan mielikuvaan. Brändisi alkaa rakentua heti, kun asetat itsesi ja palvelusi muiden näkyville.

Tarvitset liiketoiminnassasi myyntitaitoja. Työkirjan tehtävät tukevat valmistautumista asiakkaan kohtaamiseen myyntitilanteessa. Lisäksi työkirja opastaa pohtimaan tarvittavia sopimuksia.

Voit hyödyntää työkirjaa etenemällä järjestyksessä sivu sivulta tai valitsemalla aihealueet, jotka juuri nyt tuntuvat tärkeiltä. Työkirjaa ei ole tarkoitus tehdä valmiiksi yhdellä istumalla, vaan se toimii työkalunasi liiketoiminnan kehittämisen eri vaiheissa. Ajoittain sinun kannattaa palata työkirjassa taaksepäin arvioimaan liiketoimintaa sen hetkisestä näkökulmasta.

SUOSITTELEMME MYÖS TUTUSTUMAAN MUIHIN JULKISEN TAITEEN LÄHTEISIIN, KUTEN:

- Prosenttiperiaatteen käsikirja <https://prosenttiperiaate.fi/kasikirja/>
- Taide rakentamisessa <https://taiderakentamisessa.fi/>

Toivotamme sinulle rohkeutta ja löytämisen iloa matkallasi uuteen rooliin!

Helsingissä 24.4.2020

Hanna Rajalahti, Tuula Ryhänen, Ulla Huovinen ja Minna Saukkonen

Omat vahvuuteni

Ennen liiketoimintasi aloittamista, sinun on hyvä miettiä ja analysoida itseäsi:

Minkälainen olet parhaimmillasi?

Oletko idearikas, kekseliäs, hetkeen tarttuva vai jotain muuta?

Unelmiasi sinun kannattaa myös miettiä.

Voisivatko ne toteutua liiketoimintasi kautta?

KUKA MINÄ OLEN?



TÄLLAINEN OLEN PARHAIMMILLANI



TÄSTÄ UNELMOIN



Oman osaamisen tunnistaminen

**Kerro nykyisestä työstäsi: Missä olet työssäsi erityisen hyvä?
Mitä sellaisia palveluita, joita osaat ja olet hyvä tuottamaan,
voisit tarjota julkisen taiteen tilaajille?**

**Mieti nykyistä työtäsi ja kerro, minkälaista se on.
Entä, missä olet työssäsi erityisen hyvä?**

PÄÄASIAKALLISESTI TEEN TÄTÄ



ERITYISEN HYVÄ OLEN



**MINULLA ON JO SEURAAVIA
JULKISEN TAITEEN
ASIAKUNNALLE TÄRKEITÄ
OMINAISUUKSIA JA TAITOJA**



**HALUAISIN OPPIA
NÄITÄ TAITOJA**



Asiakastarpeen tunnistaminen

Taide yhdistyy rakentamiseen monissa kohteissa, kuten aluerakentamisessa, julkisissa rakennushankkeissa, viheralueiden suunnittelussa tai väylärakentamisessa, kuten kiertoliittymissä. Tilaaaja voi olla kunta, muu julkinen organisaatio tai vaikkapa yksityinen rakennuttaja. Minkälaisissa hankkeissa sinä voisit olla mukana julkisen taiteen asiantuntijana?

**NÄIHIN RAKENNUSHANKKEISIIN ON LIITTYNUT
TAIDETTA TAI LUOVAA SUUNNITTELUA**



TILAAJIA HANKKEISSA OVAT



**JULKISEN TAITEEN ASIAANTUNTIJANA
TARJOAISIN SEURAAVIA PALVELUJA**



Tarkastele edellisellä sivulla mainitsemiasi rakennushankkeita ja niiden tilaajia. Pohdi, minkälaisia tarpeita tilaajilla on. Tarpeet voivat liittyä siihen, minkälaista taidetta rakennukseen sijoitetaan, minkälaisia materiaaleja tarvitaan, mistä löydetään sopiva taiteilija jne.

**TILAAJALLA ON SEURAAVIA TARPEITA,
KUN TAIDETTA YHDISTETÄÄN RAKENNUSHANKKEESEEN**

**NÄITÄ PALVELUITA VOIN TARJOTA TILAAJALLE
RATKAISUKSI TARPEISIIN**



Yhteistyöverkostot

Liiketoimintaa ei harjoiteta yksin, vaan yrittäjä tarvitsee yhteistyökumppaneita ympärilleen, joiden avulla pystyy täydentämään omaa osaamistaan ja resurssejaan.

Minkälaisia yhteistyökumppaneita tarvitset, jotta voit toimia menestyksekkäästi julkisen taiteen asiantuntijana?

Näitä yhteistyökumppaneita tarvitsen, jotta voin suunnitella ja koordinoida taidetta rakentamiseen.

HARMAA PILVI = NYKYISET KUMPPANINI

VALKOINEN PILVI = LISÄKSI TARVITSEN NÄITÄ KUMPPANEITA



Brändi: luottamuksen rakentaminen

Brändisi on asiakkaiden ja yhteistyökumppanien sinusta saama mielikuva, joka rakentuu kaikissa kohtaamisissanne.

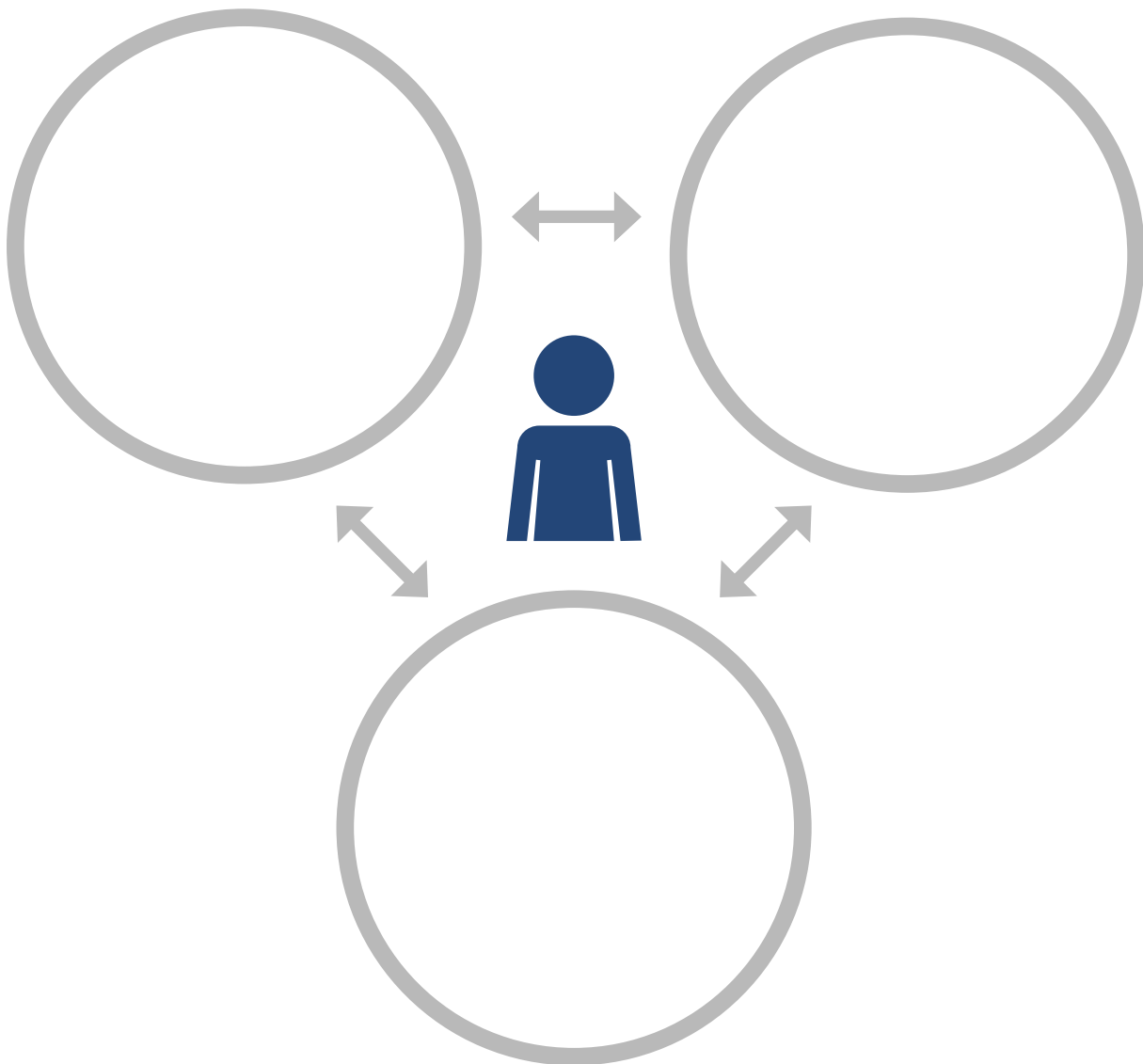
Yksi keskeisistä brändin tavoitteista on rakentaa asiakkaan luottamusta siihen, että sinun palvelulupauksesi pitää.

Pohdi, minkälaisien ominaisuuksien ympärille sinä haluat rakentaa luottamusta sidosryhmiesi silmissä.

Näin rakennan luottamusta

OMAT TAIDOT, OSAAMINEN

HENKILÖKOHTAISET PIIRTEET

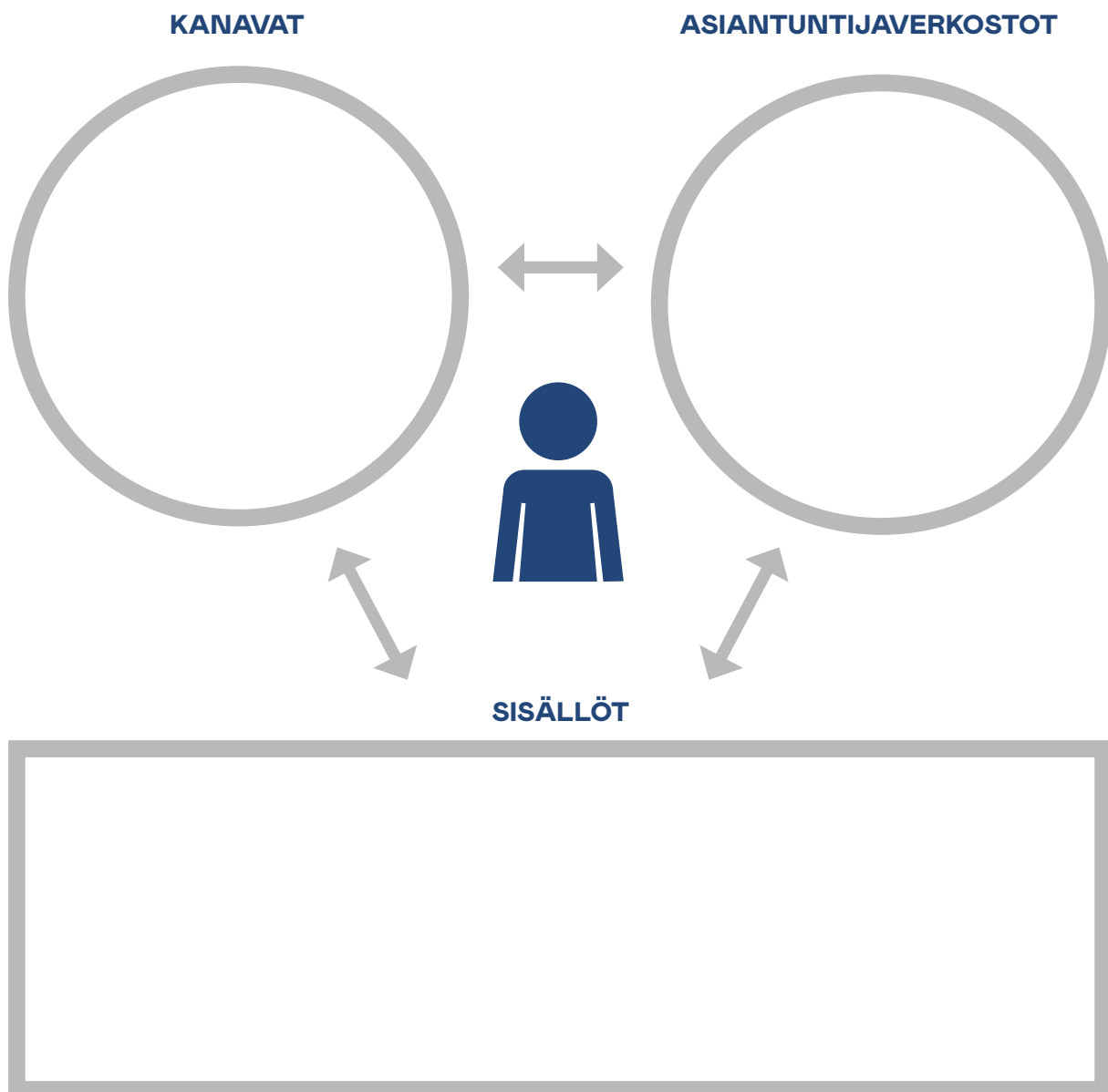


TÄLLAISEN MIELIKUVAN HALUAN LUODA
ITSESTÄNI JULKISEN TAITEEN ASIANTUNTIJANA

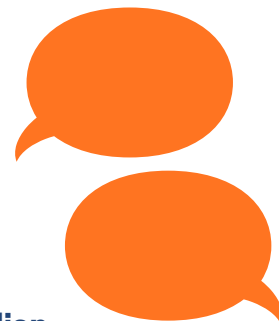
Brändi: näkyvyyden kehittäminen

Jotta asiakkaat voivat käyttää palveluitasi, heidän on löydettävä sinut. Mieti, mistä tilaaja hakee julkisen taiteen asiantuntijapalveluita, ja pohdi sen jälkeen, missä viestintäkanavissa, yhdistyksissä, tapahtumissa sekä muissa verkostoissa sinun tulisi olla esillä? Entä, mistä asioista ja millä tavalla (tekstit, kuvat, videot) sinun kannattaisi kertoa palveluistasi asiakkaillesi?

Näin rakennan tunnettuutta



Valmistautuminen myyntiin: vuorovaikutustilanne



Myynti on vuorovaikutustilanne, johon valmistaudutaan etukäteen tutustumalla asiakkaaseen esimerkiksi verkkosivujen ja sosiaalisen median kanavien avulla. Mieti ennen asiakkaan tapaamista, mitä palveluita tarjoat hänelle.

Listaa, mitä tietoja tarvitset asiakkaalta, ja muotoile etukäteen kysymyksiä. Muista harjoitella kysymyksiä ennen tapaamista!

Tapaamisessa keskity selvittämään asiakkaan tarpeet sekä ostopäätökseen vaikuttavat tekijät.

MITÄ TIETOA TILAAJASTA TARVITSEN?	→	MITEN KYSYN TÄTÄ ASIAA? (sanasta sanaan)
1.	→	
2.	→	
3.	→	
4.	→	
5.	→	

Myyntitilanteessa asiakas kysyy tarkennuksia ja varmistaa yksityiskohtia palveluistasi. Valmistaudu myös näihin:

MITÄ KYSYMYKSIÄ, EPÄILYJÄ JA TARKENNUKSIA TILAAJA VOI ESITTÄÄ?	→	MITEN VASTAAT NÄIHIN?
1.	→	
2.	→	
3.	→	
4.	→	
5.	→	

Valmistauminen myyntiin: ominaisuus, etu, hyöty -analyysi

Sinun täytyy palvelun tarjoajana tuntea palvelusi ja sen ominaisuudet niin hyvin, että osaat kuvata niiden hyödyt asiakkaalle. Pelkkä ominaisuuksien luetteleminen ei riitä, koska asiakas ei osta ominaisuuksia, vaan niistä koituvia etuja ja hyötyjä.

Pohdi OEH-analyysin mukaisesti, minkälaisia ominaisuuksia palvelullasi on.

Muuta sen jälkeen jokainen ominaisuus eduksi, jonka asiakas saa, kun hän käyttää palveluasi. Tämän jälkeen muuta etu vielä hyödyksi, jonka asiakas saa, esimerkiksi näin:

OMINAISUUS: Minulla on paljon kontakteja taiteilijoihin.

ETU: Asiakkaan ei itse tarvitse etsiä sopivaa taiteilijaa.

HYÖTY: Asiakas säästää aikaa ja saa juuri tarpeeseensa sopivan taiteilijan.

OMINAISUUS: Tunnen materiaalit.

ETU: Asiakas voi olla varma, että hankkeessa käytetään tarkoituksenmukaisia materiaaleja.

HYÖTY: Oikeanlaiset materiaalivalinnat takaavat sen, että taideteos kestää pitkään.

OMINAISUUS → →	ETU → →	HYÖTY

OMINAISUUS → →	ETU → →	HYÖTY

OMINAISUUS → →	ETU → →	HYÖTY

Sopimusten ja tarjousvalmistelun varmistaminen

Palvelun tarjoajana sinun on tärkeää laatia kaikista keskeisistä liiketoimintaasi liittyvistä asioista sopimus. Sopimukset voivat olla pitkäkestoisia, kuten vakimuotoinen vuokrasopimus tai räätälöity sopimus yhteistyökumppanin kanssa, tai kertaluonteisia, kuten julkisen taidehankinnan konsultointi.

On tärkeää analysoida omat sopimustarpeensa ja tunnistaa niihin liittyvät riskit ja sen jälkeen keskittyä merkityksellisimpiin sopimuksiin, joiden sisältöön pystyy itse vaikuttamaan. Suurin riski ovat suulliset sopimukset. Sen vuoksi on aina turvallisempaa käyttää aikaa sopimuksen valmisteluun ja tehdä se kirjallisesti.

KUN HALUAT KÄYNNISTÄÄ OMAN YRITYKSESI SOPIMUSTEN MÄÄRÄTIETOISEN VARMISTAMISEN ALOITA TÄSTÄ:

1. Analysoi sopimuksiasi.
2. Kiinnitä erityistä huomiota tärkeimpiin sopimuksiin.
3. Tee päätös siirtyä käyttämään kirjallisia sopimuksia.
4. Suunnittele tarjousmenettelyäsi: mitkä asiat pitää muistaa tarjouksen tekovaiheessa?
5. Käytä sopimuksissasi sellaista kieltä, jonka sisällön varmasti ymmärrät.

Hyvän sopimuksen tärkein tehtävä on toimia muistilistana ja toimintaohjeena molemmille osapuolille.



Tärkeimmät pitkäkestoiset sopimukseni

VAKIOSOPIMUKSET	NIIHIN SISÄLTYYVÄT RISKIT	HUOMIOITAVAA!



RÄÄTÄLÖIDYT SOPIMUKSET	NIIHIN SISÄLTYYVÄT RISKIT	HUOMIOITAVAA!



RISKEIHIN VARAUTUMINEN

(Miten varmistan, että riskit eivät toteudu?)

Mitä yhteistyökumppaneita tai muuta apua tarvitsen?)

--

Tärkeimmät kertaluontoiset sopimukseni

VAKIOSOPIMUKSET	NIIHIN SISÄLTYYVÄT RISKIT	HUOMIOITAVAA!



RÄÄTÄLÖIDYT SOPIMUKSET	NIIHIN SISÄLTYYVÄT RISKIT	HUOMIOITAVAA!



RISKEIHIN VARAUTUMINEN




(Miten varmistan, että riskit eivät toteudu?)

Mitä yhteistyökumppaneita tai muuta apua tarvitsen?)

--

Ideasta sopimukseksi

Mitkä ovat sopimusneuvottelujesi keskeiset vaiheet?
(esim. alustava yhteydenotto, ensimmäinen neuvottelu, tarjous jne.)
Kuka on keskeinen neuvottelukumppanisi?
Entä mitkä asiat sinun pitää muistaa eri vaiheissa?

 MIKÄ VAIHE	 KUMPPANI	 MISTÄ NEUVOTTELEN



KESKEISTÄ MUISTETTAVAA

-
-
-
-
-

Seuraavat askeleet julkisen taiteen asiantuntijaksi

Onneksi olkoon!

Olet ottanut ison askeleen matkallasi julkisen taiteen asiantuntijaksi!

Mieti, mitkä ovat sinun seuraavat askeleesi.

**TÄSSÄ SEURAAVAT ASKELEENI
MATKALLA JULKISEN TAITEEN ASIAANTUNTIJAKSI**

-

-

-

-

-

-

-

-

-

-

-

-

-

-

-



Minun yritykseni

YRITYKSENI NIMI



KESKEISET ASIAKUUDET



NÄITÄ PALVELUJA TARJOAN

