

näköalat

Ajankohtaista asiaa Tekesistä yrityksille

4 | 2011



Visuaaliset muodot

näkyvät verkossa

s. 15

Tila virittää
ihmiset

s. 16

Design
läpäisee koko
tuotantoketjun

s. 20

TEEMA

Hyvä muotoilu myötäilee käyttäjää

TEEMA

Muotoilu

16

Tila virittää ihmiset

Vuoden sisustussuunnittelijaksi valitun Vertti Kiven toimisto on pystynyt tuomaan kerta toisensa jälkeen tuoreita näkökulmia sisustukselliseen suunnitteluun.

10

Muotoilu elää murroksessa

Aalto-yliopiston professori Eero Miettinen haluaa olla kehittämässä muotoilualan yrittäjyyttä. Muotoilu kattaa paljon muutakin kuin teollista muotoilua.

20

Design läpäisee koko tuotantoketjun

KONEen muotoilujohtaja Anne Stenrosin mielestä design-ajattelu on linkitettävä vahvemmasi osaksi kansainvälisesti toimivien yritysten tuotekehitystä ja innovaatiotoimintaa.

24

Arjen luksusta

Magisso laittoi tutut keittiövälineet uusiksi ja myyntiin maailmalle.

25

Mitä on hyvä muotoilu?

Vastaajina markkinointipäällikkö Mikael Haveri Forzenbyte Oy:stä, toimitusjohtaja Mikko Kalhama Design Forum Finlandista ja koululainen Santeri Nurmi

16



20



27



30

3 PÄÄKIRJOITUS

4 VALOKEILASSA

6 UUTTA TEKESISSÄ

9 UUSIA JULKAISUJA

23 RISTEYKSESSÄ

Luovien alojen osaaminen yrityksiin

27 KASVUYRITYKSEN TARINA

Arbitron Mobile –
Mobiilimainonnan tiedon jalostaja

30 HYVÄ TYÖ

Tehoa terveydenhuollon turvallisuuteen

33 UUTISIA

34 NIMITYKSET

35 YHTEYSTIEDOT

Erotu eduksesi

Yllä oleva slogan yhdistetään yleensä ihmisiin. Mutta yhä vahvistuvana totuutena sama pätee myös tuotteisiin ja palveluihin. Tekninen suorituskyky ei enää riitä, vaan jopa pelkkä kauneus ja helppokäyttöisyys voi olla ICT-yrityksen kilpailuvaltti.

Juuri nyt maailmalla kohistaan Applen jatkosta. Se on onnistunut voittamaan miljoonien ihmisten sympatian ja uskollisuuden puolelleen kykenemällä tekemään asiat meille käyttäjille harvinaisen yksinkertaisiksi sellaisissa kohdissa, missä muut eivät ole kyenneet tai edes ajatelleet käytettävyyttä.

Onko monimutkaisuus ja vaikeaselkoisuus itse asiassa vain huonoa suunnittelua? Ajatus siitä helpottaa useasti, kun törmään arjessa tilanteisiin missä en ymmärrä mitä pitäisi tehdä enkä osaa toimia ”oikein”. Käyttäjäkokemus, UX, on todennäköisesti ollut tuntematon asia palvelun tai tuotteen suunnittelijalle. Uskon, että tässä piilee suuren, hyödyntämättömän viisauden siemen. Asettuminen käyttäjän asemaan toisi monella tapaa kilpailuetua niin tuotteille kuin palveluillekin.

Mitä aikaisemmassa vaiheessa käyttäjät otetaan mukaan suunnitteluun, sitä suurempaa etua tästä saadaan. Avoimen innovoinnin logiikka auttaa meitä suunnittelemaan juuri haluttuja tuotteita ja palveluita ja testaamaan niihin mieltymistä etukäteen. Hyvänä esimerkkinä tästä toimii vaikkapa Idols-kilpailu: ei ole yllätys, että nämä isolla yleisöllä etukäteen testatut artistit hallitsevat levymyyntimme terävintä kärkeä.

Sama ilmiö koskee erityisesti alkavia teknoyrityksiä. Suomessa juuri vierailleen innovaatioprofessori Steve Blankin mukaan ”yhdeksän startup-yritystä kymmenestä epäonnistuu, koska asiakkaat eivät ole kiinnostuneita niistä”. Luku on hurja, ja etenkin teknologiarahoittajalle hälyttävä. Kiinnostus olisi helposti testattavissa ja maksimoitavissa jo suunnittelun aikana. Eikä tuotteen kauneuskaan haittaisi. Vaikka kauneus on katsojan silmissä, oikea kysymys on selvittää kuinka monen.

Janne Viemerö

Yksikön johtaja, liiketoiminnan, muotoilun, käytettävyyden ja sisältöjen hallinnan osaaminen

Tekes



KUVA: EEVA ANUNDI



näköalat

Número 4 | 2011 6.12.2011

JULKAISIJA

Tekes – teknologian ja innovaatioiden kehittämiskeskus

TOIMITUS

PÄÄTOIMITTAJA: Pia Mörk

TOIMITUKSEN SIHTEERI: Susanna Lehto

TOIMITUSKUNTA: Anna-Maija Ikonen, Tiina Lifländer, Eero Lukin
Pia Mörk, Kaj Nordgren, Sanna Nuutila, Soile Thalén

TOIMITUSNEUVOSTO

Mika Aalto, Jouko Hautamäki, Mari Isbom, Susanna Lehto, Virpi Mikkonen,
Pia Mörk, Tiina Nurmi, Anne Palkamo, Pia Salokoski, Matti Säynätjoki,
Jussi Toivonen

KANSIKUVA: Eeva Anundi

TAITTO: Mainostoimisto KPL Oy / Kari Lehkonen

PAINATUS: Punamusta Oy

ISSN-L 1798-9876

ISSN 1798-9876 (Painettu)

ISSN 1798-9884 (Verkkójulkaisu)

PAINOS: 14 500

Seuraava numero ilmestyy 24.2.2012

Piparkakku palkintosateessa

Kanniston Piparkakku kulkee maailmalla voitosta toiseen. Pelkästään syyskuun 2011 aikana tuote on saanut globaalin kilpailun hopeapalkinnon ja kolme Euroopan laajuista palkintoa. Suomessa Piparkakku on sekä vuoden 2011 Tähtituotefinalisti että Vuoden Huiput 2010 kultamitalisti graafisen designin kategoriassa.

Tuotteen kehityksessä olennainen lähtökohta on ollut pakkaus ja sen toimivuus myymälässä ja kuluttajalla. Itse piparkakku kehitettiin pakkauksen ohella. "Tavoitteena oli luoda tyylikkäässä, ekologisessa ja ajattomassa pakkauksessa myytävä ensiluokkainen piparkakku," kertoo Kanniston Leipomon toimitusjohtaja **Henrik Bruun**. Piparkakun reseptiä työstettiin professori **Anu Hopiaa** myöten parhaiden tietäjien kanssa. Tuotteen elämyksellisyys tavoitettiin muodolla: sormenpainalluksella kukan muotoinen piparkakku lohkeaa kolmeksi sydämeiksi.



KUVA: KANNISTON LEIPOMO



KUVA: ISTOCKPHOTO

Uusi lääke- ja bioalan verkkosivusto markkinoi suomalaista osaamista

Tekesin Pharma-ohjelma on avannut uuden verkkosivuston, joka markkinoi suomalaista lääke- ja bioalan osaamista. Sivuston avulla suomalaiset toimijat ovat tarjolla tehokkaammin kansainvälisille alan yrityksille sekä tutkimusryhmille, jotka etsivät Suomesta yhteistyökumppaneita ja osaamista.

 www.pharmafinland.com

Suomalaisyrityksiä jälleen mukaan UCLAn huippuohjelmaan

Suomalaiset kasvuyritykset ovat kiinnostavia myös amerikkalaisten bisneskoulujen näkökulmasta. Yli 100 kasvuyritystä on läpikäynyt ainutlaatuisen ohjelman, jossa kehitetään niiden liiketoimintaa.

UCLAn Global Access Program, GAP, on ainutlaatuinen koulutusohjelma, jossa suomalaisia yrityksiä autetaan kehittämään strategiaa, markkinointia, johtamista ja rahoitusmalleja. Yhden maailman arvostetuimman bisneskoulun, Anderson School of

Managementin MBA-opiskelijat työskentelevät yritysten kanssa puolen vuoden ajan.

"GAPin tuottama lisäarvo on ollut uskomaton. Se on tuonut Footbalancelle lähes 10 000 -kertaisen tuoton sijoitukseen nähden", yritys kertoi GAPin käynnistystilaisuudessa.

UCLA (University of California, Los Angeles) on pyytänyt Tekesiä kumppanikseen suomalaisten yritysten löytämiseksi ohjelmaan. Tekes myös rahoittaa tarvittaessa osaa yritysten kustannuksista. Käynnissä oleva haku ohjelmaan jatkuu vuoden 2012 maaliskuuhun asti.

Lue Blancco Oy:n kokemuksista GAP-ohjelmasta sivulta 29.

 www.tekes.fi/info/gap

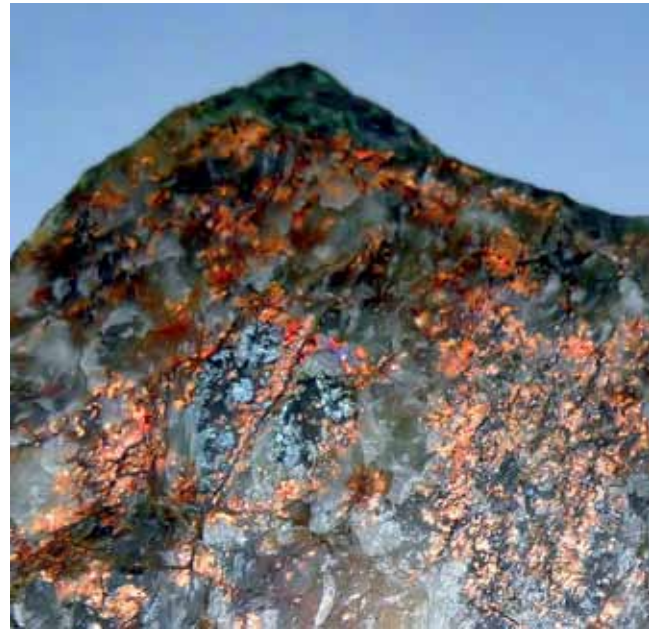
Tekniikan päivät tammikuussa

Tekes on mukana Tekniikan päivillä 13.-14- tammikuuta Espoon Otaniemessä. Tekniikan Akatemian järjestämä tapahtuma on tarkoitettu tiedeyhteisöille, yrityksille, opiskelijoille sekä suu- relle yleisölle.

Tapahtuman teemaksi on valittu maa - yhtenä neljästä Aris- toteleen elementistä. Aiheina ovat uudet materiaalit, biohajoa- vat polymeerit ja komposiitit, synteettinen biologia, globaali ruokahuolto, luonnonvarojen riittävyys, kaivannais- ja vuoriteol- lisuus sekä metsä- ja energiateollisuus. Myös design on esillä, koska tapahtuma on valittu World Design Capital Helsinki 2012 -hankkeeksi.

Tekniikan päiviä voi seurata myös verkossa sekä suorana lä- hetyksenä että tallenteena.

 www.tekniikanpaivat.fi



KUVA: KARI A. KINNUNEN



KUVA: ESA KYITTO

Aurinkoenergia sulautuu arkkitehtuuriin Porin uudessa uimahallissa

Syyskuussa avatun hallin erikoisuuksia on Aurubis Finland Oy:n kehittämät lämpökeräimet, jotka on yhdistetty osaksi hallin julkisivua ja kattoa. Aurinkoenergia sulautuu ensi kertaa täysin rakennuksen kuparijulkisivun arkkitehtuuriin.

Uimahalli on kytketty kaukolämpöverkkoon ja se hyödyntää aurinkoenergiaa sähkön ja lämmön tuottamiseen.

Lämpöeräinjärjestelmän kehittämiseen Aurubis on saanut tukea Tekesin Toiminnalliset materiaalit - sekä Kestävä yhdyskunta -ohjelmista.

Lukijan tärppi

Lukijavinkkiä pohtiessa meinasin juuttua runsauden pulaan. Eero Miettisen tai Anne Stenrosin haastatteluita ei mitenkään voi sivuuttaa, mutta jos jotain pitää nostaa esiin, niin olkoon se "Tila virittää ihmiset". Siitä on hyvä aloittaa, jos haluaa että orga- nisaatiossa myös ihmiset virittävät tilan.

Sivulla 25 Santeri Nurmi Olarin koulusta lausuu muotoilusta hienosti: "Vaikka muotoilua näkee joka paikassa, hyvään muotoi- luun ei kyllästy koskaan!"

Professori **Kalevi Ekman**
Aalto yliopiston Design Factoryn johtaja



KUVA: HEIKKI JUUTILAINEN

Tekes rakensi uutta liiketoimintaosaamista Suomeen

TEKESIN LIITO-OHJELMA TOI UUTTA NÄKEMYSTÄ SUOMALASEEN JOHTAMIS- JA LIIKETOIMINTAKULTTUURIIN TUOMALLA BISNESVÄEN JA TUTKIJAT SAMAN PÖYDÄN ÄÄREEN.

TEKSTI: MARJO KOSONEN JA KAJ NORDGREN KUVA: ISTOCKPHOTO

Liito – Uudistuva liiketoiminta ja johtaminen -ohjelma oli Tekesin avaus liiketoimintaosaamisen kehittämiseen suomalaisten yritysten kilpailukyvyyn vahvistamiseksi. Viime vuoden lopussa päättynyt ohjelma suuntasi alan tutkimusta yritysten käytännön ongelmiin ja verkotti kauppatieteiden ja tuotantotalouden tutkijoita sekä yritysjohtajia keskenään.

Ohjelmaa koordinoineen tutkimusjohtaja **Hanna Lehtimäen** mielestä ajoitus on ollut mitä mainioin.

”Globaalin kilpailun vahvistuminen on selvästi lisännyt bisnesosaamisen tarvetta. Maailmanlaajuisen rakennemuutoksen seurauksena yritysten on mietittävä toimintamallejaan ja johtamistaan uusiksi. Liito on osaltaan edistänyt suomalaista innovaatiopolitiikkaa ja sen ymmärrystä, ettei kilpailukyky synny ainoastaan teknologia-, vaan myös liiketoimintaosaamisesta.”

TULOKSET NÄHTÄVILLÄ

Yksi Liidon keskeisistä tavoitteista oli keskusteluyhteyden luominen akateemisten

tutkijoiden ja liikkeenjohdon välille. Tässä on Lehtimäen mielestä onnistuttu.

”Tämä kävi ilmi muun muassa viime vuonna Strategisen johtamisen seuran SMS:n seminaarisessa. Siellä tuli selväksi, että yrityksillä ja tutkijoilla on Suomessa monipuolinen yhdessä tekemisen perinne. Yliopistolain ja yliopistojen rahoituksen uudistus todennäköisesti lisää yhteistyötä entisestään”, hän arvioi.

”Yritysten kehityshankkeet onnistuivat ja osoittivat oikea-aikaisen sisäisiin prosesseihin ja kansainvälistymiseen kohdistuvan kehitystoiminnan arvon tilanteessa, jossa globaali toimintaympäristö muuttui nopeasti.”

Tutkimuksen ja yritystoiminnan välinen yhteistyö lisää kansainvälistä kilpailuetua ja parantaa sekä yritysten että tutkimuslaitosten toimintaedellytyksiä globaalissa palvelujärjestelmässä. Tämä voidaan laskea

selkeästi Liidon tulosten joukkoon. Ohjelman mittava rahoitus ja panostus toimintamallien luomiseen on kansainvälisesti edistyksellistä yhteistyössä yritysten kanssa toteutettavan tutkimuksen kehittämisessä.

Liidon tulokset on koottu Johtamisinnovaatiot-sivustolle, josta löytyvät kaikkien ohjelmassa rahoitettujen tutkimusprojektien tulokset ja kuvaukset yritysten kehitysprojekteista. Ohjelman loppuraportti ilmestyi lokakuussa.

Lisää paukkuja kannattaisi pistää nuorten johtamisen ja nuorten johtajien tutkimiseen.

HYÖDYNNÄ UUDET VÄLINEET

Vaikka Liito on loppunut, kehittämisen ja tutkimisen tarvetta riittää”, huomauttaa ohjelman päällikkönä toiminut **Ilpo Ihana-mäki** Tekesistä.

”Esimerkiksi sosiaalisen median ja ylipäätään verkon hyödyntämistä markkinoinnissa ja myynnissä pitäisi kehittää ja tutkia



Tekesin rahoitus uudistuu

VUODEN 2012 ALUSTA TEKESIN RAHOITUS SEKÄ YRITYKSILLE ETTÄ TUTKIMUSORGANISAATIOILLE UUDISTUU.

Yritysten rahoituksessa Tekes suuntaa rahoitusta niille yrityksille, joiden nähdään olevan tulevaisuuden menestyjiä. Erityisesti huomioidaan nuoret kasvuyritykset, joille suunnataan entistä suurempi osuus rahoituksesta. Tekes jakaa riskiä ennen kaikkea niiden yritysten kanssa, joilla on edellytykset uudistumiseen ja isoon loikkaan kasvussa ja kansainvälistymisessä.

Tutkimusorganisaatioiden rahoitus

Tekes rahoittaa edelleen hyviä hankkeita, jotka edistävät uutta osaamista, kansainvälistymistä ja yritysten kehittymistä. Hanketyyppejä uudistetaan niin, että nämä tavoitteet toteutuvat entistä paremmin.

Tutkimusorganisaatioiden rahoituksen kolme uutta rahoitusmuotoa ovat

Tutkimusideoista uutta tietoa ja liiketoimintaa, jolla edistetään ideoiden kehittymistä ja samanaikaisesti valmistellaan niiden kaupallistamista uutena liiketoimintana

Strategiset avaukset, jotka synnyttävät uutta huippuosaamista elinkeinoelämälle tärkeiksi ennakoituille osaamisaloille

Elinkeinoelämän kanssa verkottunut tutkimus, missä kehitetään osaamista ja ratkaisuja elinkeinoelämän tarpeisiin.

Valtaosa julkisen tutkimuksen rahoituksesta tullaan myöntämään suunnattujen hakujen kautta. Tutkimusideoista uutta tietoa ja liiketoimintaa sekä Strategiset avaukset -rahoitustyypeissä ensimmäiset suunnatut haut avautuvat vuoden 2012 alussa.

paljon voimakkaammin. Jotta näistä kanavista saataisiin mahdollisimman paljon irti, yritysten pitää miettiä uusiksi monia prosessejaan”, hän toteaa.

Verkon yhteisöpalvelujen valjastaminen tuotekehityksen tarpeisiin on toinen uusi, kiinnostava tutkimusaihe.

”Saadakseen asiakkaiden mielipiteet mukaan tuotekehitysprosessiin on oltava nopea! Sosiaalinen media lisää läpinäkyvyyttä. Tuotteet on saatava markkinoille ennen kilpailijoita. Toinen korostuva aihealue on johtaminen – nimenomaan ihmisten, ei prosessien.”

Lisää paukkuja kannattaisi pistää nuorten johtamisen ja nuorten johtajien tutkimiseen. Kun suuret ikäluokat pikku hiljaa jäävät eläkkeelle, työntekijöistä on jatkossa pula. Nuorillakin on varaa olla valikoivia ja sanella ehtoja.

 www.tekes.fi/liito

Kärkiyliopistot, VTT ja Tekes panostavat tutkimustuloksiin perustuvan liiketoiminnan käynnistymiseen

Yliopistot ovat keskeisiä tekijöitä oman alueensa innovaatioiden viriämisessä ja uuden, osaamiseen perustuvan yritystoiminnan syntyisessä.

Helsingin, Jyväskylän, Oulun ja Turun yliopistoilla sekä Aalto-yliopistolla ja VTT:llä on käynnistymässä Tekesin rahoittamat hankkeet, joissa näiden organisaatioiden toimintatapoja muutetaan niin, että edellytykset liiketoiminnan syntymiselle tutkimuksesta paranevat. Rahoitus on kertaluonteinen, ja perustuu kevään 2011 Innovaatiokvyykkyksien kehittäminen -hakuun.

Jatkossa organisaatio tekee itse arvioinnin tutkimuksen sovellettavuudesta liiketoiminnaksi, ja vasta tämän jälkeen Tekes rahoittaa hankkeen. Hankkeen aikana arvioidaan sen etenemistä kohti kaupallista sovellettavuutta ja uuden yritystoiminnan syntymistä. Tarvittaessa hankkeen rahoitus voidaan keskeyttää, ellei näköpiirissä ole uuden yritystoiminnan käynnistymisen.

Tutkimustuloksiin pohjautuvan liiketoiminnan syntyminen kolme keskeistä, etukäteen ratkaistavaa tekijää ovat oikeanlaisen yrityksen tai yrittäjän löytäminen, riskirahoituksen löytäminen sekä selkeiden pelisääntöjen muodostaminen tutkimustulosten tekijänoikeuksille ja niiden siirtämiselle liiketoimintaan.

Tekes kannustaa pk-yrityksiä hyödyntämään muotoiluosaamista

TEKSTI: ANNA-MAIJA IKONEN KUVA: ISTOCKPHOTO

TEKES ON KÄYNNISTÄNYT MUOTOILUOSAAMISEN AKTIVOINTIHANKKEEN. VUODEN 2012 LOPPUUN KESTÄVÄN HANKKEEN TARKOITUKSENA ON VAHVISTAA PK-YRITYSTEN KILPAILUKYKYÄ EDISTÄMÄLLÄ KÄYTTÄJÄNÄKÖKULMAN HYÖDYNTÄMISTÄ TUOTTEIDEN, PALVELUIDEN JA LIIKETOIMINTAKONSEPTIEN KEHITTÄMISESSÄ.

Muotoilun hyödyntämien on suhteellisen vähäistä pk-yritysten liiketoiminnassa. Tämä todetaan työ- ja elinkeinoministeriön Kysyntä ja käyttäjälähtöisen innovaatiopolitiikan toimenpideohjelmassa. Tekesin käynnistämä muotoiluosaamisen aktivointihanke on yksi ohjelman sisältämistä muotoilun hyödyntämistä pk-yrityksissä edistävistä toimenpiteistä.

Aktivointihankkeen tehtävänä on kertoa pk-yrityksille, miten muotoiluosaamiseen panostamalla voidaan parantaa yrityksen kilpailukykyä, kasvattaa liiketoimintaa ja lisätä kansainvälistymistä. Tavoitteena on myös luoda edellytyksiä haasteellisille kehittämisprojekteille, joissa muotoilu on keskeistä.

Kyse on myös uudesta tavasta käyttää muotoilua, muotoiluajattelusta, joka halu-

taan viedä yrityksiin. Muotoiluajattelussa muotoilun menetelmiä käytetään ratkaisemaan haasteita muissa kuin teolliseen muotoiluun liittyvissä yhteyksissä. Esimerkkejä tästä ovat muun muassa käyttäjakeskeinen suunnittelu ja uusien ideoiden luomisen menetelmät.

”Sana muotoilu ymmärretään usein pelkkänä tuotemuotoiluna, että muotoilu on esimerkiksi lampuja, kahvimukeja ja kankaita. Muotoilu tai design on kuitenkin laajempi käsite, johon sisältyy esimerkiksi palvelukonseptien suunnittelu, strateginen muotoilu ja muotoiluosaamisen johtaminen”, kertoo luovien alojen asiantuntija **Merja Salonen** Tekesistä.

Aktivointia tekee kilpailutuksella valittu Suomen Muotoilusäätiö, jossa työstä käytännössä vastaa muotoilun ja viestinnän asiantuntijoiden tiimi.

Suomen Muotoilusäätiön asiantuntijat käyvät yrityksissä kertomassa muotoiluosaamisen mahdollisuuksista. Aktivointihankkeessa on tarkoitus aktivoida 100 – 150 Tekesin valitsemaa pk-yritystä hyödyntämään muotoiluosaamista. Yritykset voivat kääntyä Tekesin puoleen myös oma-aloitteisesti.

Mikäli yritys päättää käynnistää muotoiluosaamista hyödyntäviä kehityshankkeita, se voi hakea Tekesin rahoitusta. Tekes rahoittaa aktivoinnin tuloksena käynnistyviä kehittämishankkeita normaalien rahoituspalveluiden tapaan. Aktivointia ei ole rajattu yksittäisille toimialoille tai maantieteellisesti.

World Design Capital Helsinki 2012 -hanke tekee suomalaista muotoiluosaamista tunnetuksi maailmalla ja tukee näin hyvin Tekesin muotoilun aktivointihankkeen sanomaa.

Muotoilu, brändit ja muut aineettomat sällöt ovatkin yksi painopiste Tekesin keväällä 2011 julkaistussa uudessa strategiassa.



www.tekes.fi/muotoiluosaaminen

TEKESIN OHJELMIEN ESITTEITÄ


Huomaamaton ja älykäs kaivos – Green Mining Tekesin ohjelma 2011-2016

Green Mining -ohjelman kaksi pääteemaa ovat uudet mineraalivarannot sekä huomaamaton ja älykäs kaivostuotanto. Ohjelma on tarkoitettu mineraalialan toimijoille, niitä tukeville teknologiateollisuuden yrityksille ja palvelun tarjoajille.

www.tekes.fi/fi/document/50585/greenmining_suomi_pdf


Intelligent and minimum-impact mines - Green Mining Tekes programme 2011-2016

Green Mining -ohjelman englanninkielinen esite.

www.tekes.fi/fi/document/50586/greenmining_engl_pdf


World-class sustainable solutions from Finland

Julkaisussa esitellään suomalaista osaamista energiatehokkuudessa ja ympäristöystävällisessä rakentamisessa.

www.tekes.fi/fi/document/51047/sustainable_solutions_pdf

TEKESIN KATSAUKSIA


BioRefine News 2/2011

Tekesin BioRefine-ohjelmassa kehitetään biomassan jalostamiseen liittyviä uusia teknologioita, tuotteita ja palveluja kansainvälisille markkinoille. BioRefine News tuo esiin ohjelman alueella nousseita ajankohtaisia aiheita.

www.tekes.fi/u/BioRefine_News_2_2011.pdf


BioRefine Yearbook 2011 284/2011

Tekesin BioRefine-ohjelman vuosikirjassa on katsaukset ohjelman käynnissä olevista ja vuoden 2011 aikana päättyneistä tutkimushankkeista. Kirjassa on myös yhteenvedot sekä BioRefine-ohjelman että Metsäklusteri Oy:n Future Biorefinery (FuBio)-ohjelman toiminnasta.

www.tekes.fi/u/BioRefine_Yearbook_2011.pdf

TEKESIN OHJELMIEN RAPORTEJA


Liito – Uudistuva liiketoiminta ja johtaminen 2006–2010 7/2011

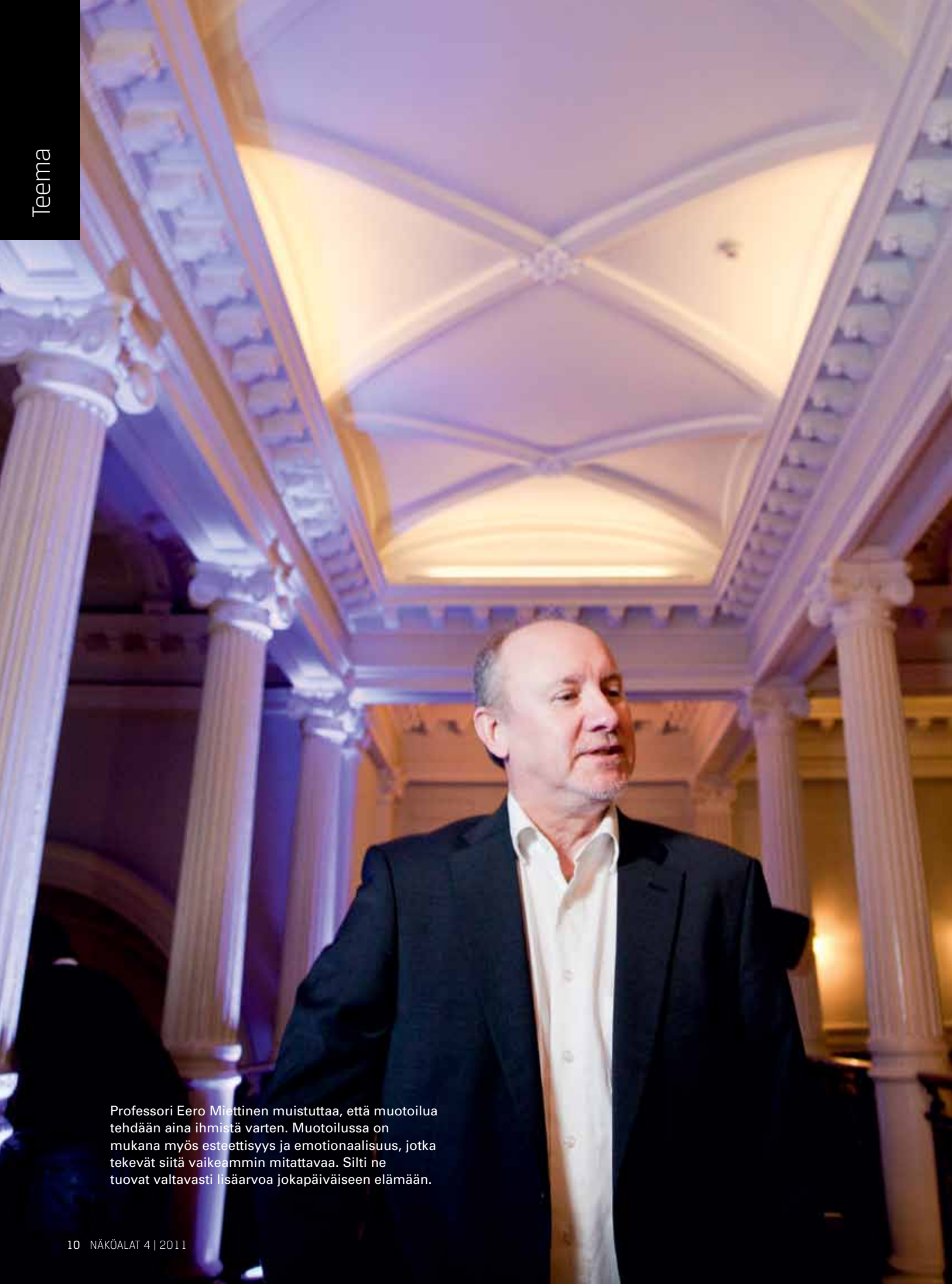
Ohjelmassa tuettiin yrityksiä niiden liiketoiminnan kriittisessä arvioinnissa ja kehittämisessä sekä rakennettiin keskusteluyhteyttä tutkijoiden ja liikkeenjohdon välille. Loppuraportissa tehdään yhteenvedo ohjelmaa edeltäneestä ajasta, sen tuloksista ja suosituksista tulevaisuutta varten.

www.tekes.fi/fi/document/51050/liito_loppuraportti_pdf


Uutisia Tekesistä myös sähköpostilla

Tilaa kerran viikossa ilmestyvä Tekesin sähköinen uutiskirje sähköpostiosoitteeseesi. Uutiskirje on kooste Tekesin verkkosivuilla ilmestyneistä uutisista, tapahtuma- ja hakuilmoituksista sekä uusista julkaisuista. Tee tilaus osoitteessa

www.tekes.fi/uutiskirje

A photograph of Professor Eero Miettinen standing in a grand, ornate hall with high ceilings and classical columns. He is wearing a dark suit jacket over a light-colored shirt. The lighting is dramatic, with warm tones from the ceiling and cooler tones from the columns.

Professori Eero Miettinen muistuttaa, että muotoilua tehdään aina ihmistä varten. Muotoilussa on mukana myös esteettisyys ja emotionaalisuus, jotka tekevät siitä vaikeammin mitattavaa. Silti ne tuovat valtavasti lisäarvoa jokapäiväiseen elämään.



MUOTOILU ELÄÄ MURROKSESSA

TEKSTI: PEKKA SÄILÄ KUVAT: EEVA ANUNDI

AALTO-YLIOPISTON PROFESSORI EERO MIETTINEN SANOO, ETTÄ MUOTOILUSSA ON MENOSSA MURROSKAUSI, JOSSA UUSIEN TUOTTEIDEN SYNTYMISKYNNYS ON AIKAISEMPAA MATALAMPI. MUOTOILIJA HARRI KOSKINEN PUOLESTAAN NÄKEE, ETTÄ PARHAAT OIVALLUKSET SYNTYVÄT USEIN PUOLI VAHINGOSSA, VAPAAN KOKEILUN SIVUTUOTTEENA.

Helsingin Kauppatorin kahvilateltilta on kaikessa karuudessaan eräänlainen erikoisuus, joka vetää ihmisiä puoleensa turisteja myöten. Aamukahvitapaaminen muotoilun professori Eero Miettisen kanssa on juuri aluillaan, kun viereisen pöytään istahtaa **Stefan Lindfors** pitämään omaa palaveriaan. Uskomaton sattuma, mutta voi jopa perustellusti todeta, että suomalaisen muotoilun kerma on sattunut saman telttakatoksen alle.

Miettisen opetustyö jakaantuu Aalto-yliopistoon kuuluvan taideteollisen korkeakoulun sekä Lahden ammattikorkeakouluun kuuluvan Muotoilu- ja taideinstituutin kesken. Lahden professuurin lahjoitti Aalto-yliopistolle Lahden kaupunki yhteistyössä alueen liike-elämän, Suomen Muotoilusäätiön ja Päijät-Hämeen liiton kanssa.

Aikaisemmin Eero Miettinen on tunnettu ennen kaikkea Nokian muotoilujohtajana. Hän ehti tehdä myös mittavan uran autoteollisuuden, erityisesti Saabin palveluksessa. Siten hän on yksi maamme tunnetuimmista teollisen muotoilun asiantuntijoista. Nykyisessä työssään Miettinen sanoo vakuuttuneensa siitä, että eri tiede- ja koulutusyhteisöjen yhteistyö todella kantaa hedelmää.

”Minulle oli yllätys, kuinka monipuolista ja korkealuokkaista osaamista Lahdessa on. Samalla kun Lahden kytkös Aalto-yliopistoon on vahvistunut, olemme pystyneet ainutlaatuisella tavalla yhdistämään akateemisen ja ammatillisen maailman toisiinsa. Se on luonut uusia mahdollisuuksia niin opiskelijoille, opettajille kuin osaamista hyödyntäville yrityksillekin.”

AIKAA JA TILAA TARVITAAN

Toinen esimerkki mahdollisuuksien hyödyntämisestä on vuonna 2009 Lahteen perustettu Suomen Muotoilusäätiö, joka luo yhteyksiä yritysten ja muotoilijoiden välille. Sen toiminnassa on olennaista madaltaa yritysten kynnyksiä käyttää muotoilua oman kilpailukykyä vahvistamiseksi.

”Tämä tehtävä edellyttää jalkautumista. Yritykset on saatava tietoiseksi siitä, minkälaisia mahdollisuuksia yhteistyön avulla voidaan saavuttaa – millaisia verkostoja on luotavissa ja minkälaisilla erilaisilla rahoitusmekanismeilla voidaan käynnistää uusia hankkeita. Monesti ei osta tilata oikein, kun ei tiedetä, mistä voitaisiin lähteä liikkeelle.”

Erytisesti Miettinen haluaa olla kehittämässä muotoilualan yrittäjyyttä. Painotus on pk-sektorissa. Nykymaailmassa huippuosaajat eivät välttämättä hakeudu suurten yritysten palvelukseen, vaan haluavat kehittää tuotteita omassa yrityksessään. Monista muotoilun osa-alueista onkin kasvanut omia erikoistumisaloja, jotka ovat muokanneet koko alan elinkeinorakennetta.

”Valitettavasti monien suurten yritysten toiminnassa näyttäisi toistuvan aina sama kaava. Kun ajat ovat taloudellisesti haastavat, ajetaan luovat toiminnot alas, eikä osata nähdä asioita pitkäjänteisemmin,” Miettinen toteaa.

Hän näkee julkisen rahoituksen erityisen tärkeänä osana muotoilun kehittämistä, koska se antaa aikaa ja tilaa tehdä raakileista menestyviä tuotteita ja palveluja. Erytisesti tärkeää tämä on alan pienemmille yrityksille, joissa riskinotto- ja heittäytyminen ovat suorastaan ehto.

Miettisen mukaan nyt on menossa eräänlainen murroskausi, jossa uusien tuotteiden syntymiskynnys on aikaisempaa huomattavasti matalampi. Hänestä onkin tärkeää tukea entistä suuremman innovaatiomassan syntymistä, jotta voitaisiin löytää entistä enemmän ja monipuolisemmin menestystuotteita.

Miettinen myös muistuttaa, että muotoilussa tehdään asioita aina ihmistä varten. Muotoilussa on mukana myös esteettisyys ja emotionaalisuus, jotka tekevät siitä vaikeammin mitattavaa. Silti ne tuovat valtavasti lisäarvoa jokapäiväiseen elämään.

”Monesti unohtetaan, että pitkälle kehitetty muotoilu ympäröi meitä kaikkialla, ihan yhtä hyvin ovenkahvassa kuin ketsuppurkisakin. Muotoilun kehittäminen on jättimäinen työmaa, joka tarjoaa loputtomasti mahdollisuuksia.”

SUUNNANNÄYTTÄJÄ ON VAHVOILLA

Harri Koskinen on tällä hetkellä ehkä kansainvälisesti tunnetuin muotoilijamme. Teollisen suunnittelun ohella Koskinen on suunnitellut huonekaluja sekä taidelasia. Hänen tunnetuimpia teoksiin on Block-valaisin, joka on esillä New Yorkin modernin taiteen museossa. Koskinen on hieman vaivautunut siitä, että hänet muistetaan parhaiten juuri Blockin takia.

”Valaisin syntyi oppilastyönä Taideteollisessa korkeakoulussa. Jos minulta olisi tilattu hittituote, jonka olisi haluttu myyvän satoja tuhansia, olisi lopputulos ollut todennäköisesti jotain aivan muuta.”

Koskinen mielestä hyvät oivallukset syntyvätkin monesti ikään kuin puoli vahingossa vapaan kokeilun ja ideoiden pallottelun sivutuotteena – kaikkea ei voi ennalta laskea ja ennustaa. Sinänsä hitti-



Erytisesti Eero Miettinen haluaa olla kehittämässä muotoilualan yrittäjyyttä. Nykymaailmassa huippuosaajat eivät välttämättä hakeudu suurten yritysten palvelukseen, vaan haluavat kehittää tuotteita omassa yrityksessään.

tuotteet ovat hänen mielestään hieno juttu, sillä ne tuovat näkyvyyttä ja sitä kautta asiakkuuksia. Niiden etsiminen ei saa olla kuitenkaan itse tarkoitus. Koskinen muistuttaa muotoilun suunnittelun olevan tiukkaa tiimityötä, jossa on yritettävä sitoutua asiakkaiden hyvinkin kunnianhimoisiin aikatauluihin.

”Monesti toimistomme suunnittelema esineitä tai komponentteja ei edes yhdistetä meihin, vaan ne mielletään kiinteäksi osaksi asiakkaidemme osaamista ja brändejä.”

Koskinen pitää tärkeänä myös pitkäaikaisia ja luottamuksellisia asiakassuhteita. Niissä on mahdollista kokeilla sopivassa määrin utopistisiakin ideoita, joiden pohjalta voidaan yhteistyössä kehitellä toimivia ratkaisuja.

”Friends of Industry -tiimissämme on pitkään ollut mukana myös 3d-animaatioihin erikoistunut työntekijä sekä projekti-kohtai-



sesti myös vierailuvia asiantuntijoita ympäri maailman. Se on antanut uutta perspektiiviä ajatteluun ja estänyt liiaksi kangistumasta totuttuihin tapoihin.”

Koskisen mielestä Suomessa on kiitettävästi teollisen muotoilun osaamista. Monesti edetään kuitenkin asia edellä, eikä osata suunnitella riittävän hyvin, miten tuotteesta voisi tehdä kaupallisesti entistäkin potentiaalisemman tuotteen. Jonkinlaista kokonaisnäkemystä siis puuttuu.

”Jos saavuttaa muotoilun alalla eräänlaisen suunnannäyttäjän aseman on sitä vaikea horjuttaa, sillä saavutettu maine ruokkii itseään”, Koskinen tietää. ■

SIIS MIKÄ MUOTOILU?

KOONNUT: ANNA-MAIJA IKONEN

TEOLLINEN MUOTOILU

Teollinen muotoilu on sovellettua taidetta, joka ottaa huomioon tuotesuunnittelun esteettiset, kaupalliset ja taloudelliset tekijät.

Lähde: Wikipedia

PALVELUMUOTOILU

Palvelumuotoilulla tarkoitetaan palveluiden kaupallista kehittämistä muotoilun menetelmiä hyödyntäen. Palvelukokemus suunnitellaan vastaamaan käyttäjän tarpeita ja palveluntarjoajan liiketaloudellisia tavoitteita.

Lähde: Satu Miettinen, Social and service designer

DESIGN THINKING = SUUNNITTELUAJATTELU, MUOTOILUAJATTELU

Muotoilun menetelmiä käytetään erilaisten haasteiden ratkaisussa, muissa kuin teolliseen muotoiluun liittyvissä yhteyksissä.

Menetelmiin kuuluvat muun käyttäjäkeskeisen suunnittelun ja uusien ideoiden luomisen menetelmät, visuaalinen kommunikaatio, synteesi ja prototypointi.

Ratkaistava asia on tyypillisesti jokin muu kuin tuote – se voi olla esimerkiksi palvelu, organisatorinen tai sosiaalinen haaste.

Painoa pannaan käyttäjän tarpeiden syvälliseen ymmärtämiseen.

Muotoilu nähdään keskeisessä asemassa teknologian sijaan tai rinnalla prosessien, organisaatioiden ja toimintamallien kehittämisessä.

Lähde: Muotoilun muuttunut rooli, Aminoff, Hänninen, Kämäräinen, Loiske, Provoke Design Oy, 2010

Asiakkaasta kaikki lähtee – muotoilukokemuksia USA:sta

TEKSTI: SANNA PIIROINEN, TEKES

USA:SSA DESIGN NÄHDÄÄN OSANA YRITYKSEN STRATEGIAA JA TAPOJA TOIMIA, EI VAIN KEINONA RAKENTAA YKSITTÄISISTÄ TUOTTEISTA TAI PALVELUISTA PAREMPIA.

USA:ssa yritykset ovat yhä kiinnostuneempia käyttämään muotoilun keinoja ja suunnittelutoimistojen apua tuotteidensa, palvelujensa, asiakaskokemuksensa sekä brändinsä kokonaisvaltaisessa kehittämisessä. Designin ytimessä on usein asiakaskokemus.

Yritykset hakevat aktiivisesti uusia tapoja ymmärtääkseen asiakkaidensa käyttäytymistä tai kehittäessään omia toimintatapojaan. Tästä osoituksena, että esimerkiksi isoissa yrityksissä on jo etnografian asiantuntijoita, joiden tehtävänä on muun muassa havainnoida ihmisten arkista käyttäytymistä heidän omissa ympäristöissään.

Etnografian merkitystä kuvastaa hyvin myös se, että USA:ssa järjestettävä EPIC-konferenssi, joka keskittyy etnografian käyttöön yrityskontekstissa, houkuttelee runsaasti yritys sponsoreita. Vuonna 2005 ensi kertaa järjestettyä konferenssia ovat tänä vuonna sponsoroineet muun muassa Intel, Microsoft, Google, Sony, Motorola ja Facebook.

Esimerkkinä on myös suuren suosion saanut verkkokauppa Zappos.com, joka on rakentanut kaiken toimintansa ylivertaisen asiakaspalvelun tuottamiseksi – pääkonttorin sijoittumisesta ja organisaatiokulttuurista lähtien. Zappos päätti panostaa henkilökohtaiseen palveluun, runsaaseen ajankäyttöön asiakkaisiin ja mahdollisuuteen palauttaa tuotteet ilmaiseksi vuoden ostohetkestä. Asiat siis päätettiin tehdä toisin kuin alalla yleensä.

USA:ssa näkee hyvin rakennettuja yhteisöjä, joihin asiakkaat on integroitu vahvasti. Asiakkaat tuottavat asiantuntijoiden ohella vertaistietoa kokemuksistaan, jota voidaan hyödyntää monella tapaa yrityksen toiminnassa ja tarjoamassa. Esimerkiksi kauppa ei tarjoa vain tuotteen ja palvelun yhdistelmää, vaan tietoa, merkityksellistä suhdetta ja kokemuksia, ja sitä kautta sitoutumista. Kuluttajienkin asiantuntemus on sidottu osaksi innovatiivista toimintatapaa. ■

USA:ssa näkee hyvin rakennettuja yhteisöjä, joihin asiakkaat on integroitu vahvasti.

Muotoilun edistämisen tehovuosi 2012

TEKSTI: PEKKA SÄILÄ

HELSINKI ON YHDESSÄ ESPOON, VANTAAN, KAUNIAISTEN JA LAHDEN KAUPUNKIEN KANSSA VALITTU MAAILMAN DESIGNPÄÄKAUPUNGIKSI (WORLD DESIGN CAPITAL) VUONNA 2012. KANSAINVÄLINEN MUOTOILUJÄRJESTÖ ICSID (THE INTERNATIONAL COUNCIL OF SOCIETIES OF INDUSTRIAL DESIGN) JULKISTI VALINNAN 25. MARRASKUUTA 2009 SINGAPORESSA. ASEMA MYÖNNETÄÄN JOKA TOINEN VUOSI VAIN YHDELLE KAUPUNGILLE MAAILMASSA.

World Design Capital -hanke nostaa esiin sen, miten muotoilua voidaan hyödyntää laajamittaisesti ja pitkävaikutteisesti yhteiskunnassa. Hankkeen tavoitteena on vahvistaa Suomen kilpailukykyä ja vientiä, lisäämällä muotoilun käyttöä elinkeinoelämässä. Samalla halutaan parantaa muotoiluyritysten verkottumista ja osaamista sekä edistää muotoilualan kehitystä monipuolisesti. WDC tukee myös luovien alojen kasvupyrkimyksiä ja uusien palvelukonseptien kehittämistä. Tavoitteena on muotoilun hyödyntäminen nykyistä laajemmin eri elämänalueilla.

Tekesin toiveena on, että WDC-hanke synnyttäisi yhteiskunnallisten hankkeiden lisäksi myös uutta ja lupaavaa yritystoimintaa, jonka kehittämisessä Tekes voisi olla mukana yhteistyökumppanina ja rahoittajana.

Työ- ja elinkeinoministeriö on tukenut WDC-hanketta kaikkiaan kolmella miljoonalla eurolla. Sijoituksen toivotaan osaltaan vauhdittavan tavoitteita, joissa Suomi voisi muotoilun osaamisen avulla lisätä kansainvälistä vaikutusvaltaansa ja arvostusta maailmalla. Tämä edellyttää luonnollisesti hankkeen laajapohjaista ja pitkäjänteistä hyödyntämistä. Designpääkaupunkivuoden odotetaan toteuttavan myös koko maan elinkeino- ja innovaatiopoliittisia päämääriä. Eri-työtoiveena on, että hankkeen myötä muotoiluosaamista voitaisiin hyödyntää entistä paremmin myös arkipäiväisten palveluiden kehittämisessä. ■

Tekesin toiveena on, että WDC-hanke synnyttäisi yhteiskunnallisten hankkeiden lisäksi myös uutta ja lupaavaa yritystoimintaa, jonka kehittämisessä Tekes voisi olla mukana yhteistyökumppanina ja rahoittajana.

Visuaaliset muodot näkyvät verkossa

FLO APPS OY TOTEUTTAA MODERNEJA INTERNET-RATKAISUJA JA TIEDON VISUALISOINTEJA. YRITYKSEN TOIMITUSJOHTAJA TAPIO NURMISEN MUKAAN INTERNETISSÄ ON TAPAHTUMASSA HILJAINEN VALLANKUMOUS. ERI HANKKEISSA AVATUN DATAN AVULLA VOIDAAN TEHDÄ ENTISTÄ HELPOMMIN INTERAKTIIVISIA VISUALISOINTEJA, JOTKA OVAT UPOTETTAVISSA VERKKOSIVUILLE. TIETOKANTOJEN TARJOAMAN, USEIN VAIKEASELKOISEN TAULUKKODATAN PÄÄLLE VOIDAAN LUODA HELPOSTI YMMÄRRETTÄVIÄ VISUAALISIA HAHMOTELMIA.

TEKSTI: PEKKA SÄILÄ KUVAAJA: EEVA ANUNDI



Tiedon tuottajille on olennaista jakaa tietoa sellaisessa muodossa, että sitä voidaan jatkokehittää. Tästä on siis kyse, kun puhutaan avoimesta datasta.

Nurmisen mielestä tiedon visualisoinneilla voidaan kehittää ymmärrystä omasta liiketoiminnasta, herättää kiinnostusta kohderyhmissä ja saada lisää käyttäjiä yritysten sivustoille.

"Internetin visualisointeihin tuoma lisäarvo on nimenomaan interaktiivisuus. Käyttäjä voi itse valita ne kriteerit ja indikaattorit, joilla tietoa näytetään," Nurminen sanoo.

Flo Appsin omista merkittävistä saavutuksista hän mainitsee muun muassa Maailmanpankilta keväällä saadun kunniamaininnan sekä merkittävistä projekteista Helsinki Region Infoshare -hankkeelle tehdyt tiedon visualisoinnit. Kyseessä on verkkopalvelu, joka tarjoaa helpon tavan löytää ja hyödyntää Helsingin seudun julkisia tietovarantoja. ■

⊕ www.floapps.com
www.hri.fi

Power-Pointille haastaja

Yksi avoimen käyttöympäristön edelläkävijöistä on selainpohjainen esitysohjelma Prezi, joka tarjoaa valmiita alustoja asioiden esittämiseen ymmärrettävästi ja kiinnostavasti. Esimerkiksi talouteen liittyvää monimutkaisesta tiedosta voidaan tehdä ymmärrettävämpää visuaalisempaa esitystavan avulla. Siten lähes kuka tahansa voi tehdä nopeita analyysejä vaikkapa organisaation taloudellisesta rakenteesta. Aikaisemmin vaikeasti hallittavasta numerotiedosta rakennetaan ikään kuin visuaalisia tarinoita, joiden avulla kokonaisuuksia on helpompi hahmottaa.

⊕ www.prezi.com

Uudenlaisia lukukokemuksia

Myös media on herännyt tiedon visuaaliseen hyödyntämiseen. Yksi hyvä esimerkki tästä on The Guardian -lehden nettisivuston upeasti toteuttama esitys "arabikevään" tapahtumista. Nerokkaassa sovelluksessa pystyy seuraamaan aikajanan ja kolmiulotteisen visuaalisen datan avulla päivä päivältä, miten vallanvaihdoksiinkin johtaneet levottomuudet ovat kehittyneet Lähi-Idän alueen eri maissa.

⊕ **Arab spring: an interactive timeline of Middle East protests:** <http://www.guardian.co.uk/world/interactive/2011/mar/22/middle-east-protest-interactive-timeline>

Tila virittää ihmiset

VUODEN SISUSTUSSUUNNITTELIJAKSI VALITUN VERTTI KIVEN TOIMISTO ON PYSTYNYT TUOMAAN KERTA TOISENSA JÄLKEEN TUOREITA NÄKÖKULMIA SISUSTUKSELLISEEN SUUNNITTELUUN. TÄHTÄIMESSÄ ON MYÖS KANSAINVÄLINEN MENESTYS.

TEKSTI: PEKKA SÄILÄ KUVAT: EEVA ANUNDI

d Sign Vertti Kivi & co:n suunnittelutoimistossa alkaa äkkiä tapahtua. Istumme neuvotteluhuoneessa, jonka lasisten seinien ympäriltä verhot alkavat vetäytyä, kun Vertti Kivi painelee kännykän kosketusnäyttöä. Samalla avautuu näkymä suunnittelutoimiston moderniin avokonttoriin. Seuraavaksi Kivi pyytää kiinnittämään huomion aulatilaan, jonne on aseteltu viihtyisiä sohvaryhmä. Taas muutamalla kosketusnäytön painalluksella tilan kattolamput laskevat alemmas, valaistus muuttuu ja väliverhot aukeavat luoden näkymän toiseen tilaan. Aulan luonne muuttuu hetkessä huomattavan paljon ilmapainotteisemman oloiseksi.

Space Alive -tilakonsepti on Vertti Kivi & Co:n potentiaalinen vientituote, joka on herättänyt maailmalla kiinnostusta. Kivi näyttää todella uskovan hankkeeseen, sillä hän on perustanut Space Alivea varten oman tiiminsä, johon on rekrytoitu monipuolista osaamista. Kiven toimistossa on tällä hetkellä töissä 24 ihmistä, joista moni omaa kansainvälisen taustan.

”Yksi haastavimmista tehtävistä on ollut löytää oikeat ihmiset tekemään oikeita asioita. Väärät rekrytoinnit tulevat aina kalliiksi”, Kivi pohdiskelee.

Hän kiittelee tilakonseptin suunnittelua varten saadun julkisen rahoituksen antaneen aikaa ja tilaa hakea ideoita ja vaikutteita. Samalla se on myös osoittanut, että Suomessa monia asioita tehdään yllättävänkin hyvin.

”Samaa mantraa isossakin maailmassa hetaan rahan puutteesta ja suurten ketjujen ylivalasta kuin täälläkin. Uskon, että tuoreilla näkökulmilla on tilausta nykyajassa, jossa kaikkea pyritään monistamaan.





SÄÄNNÖT OVAT RIKOTTAVISSA

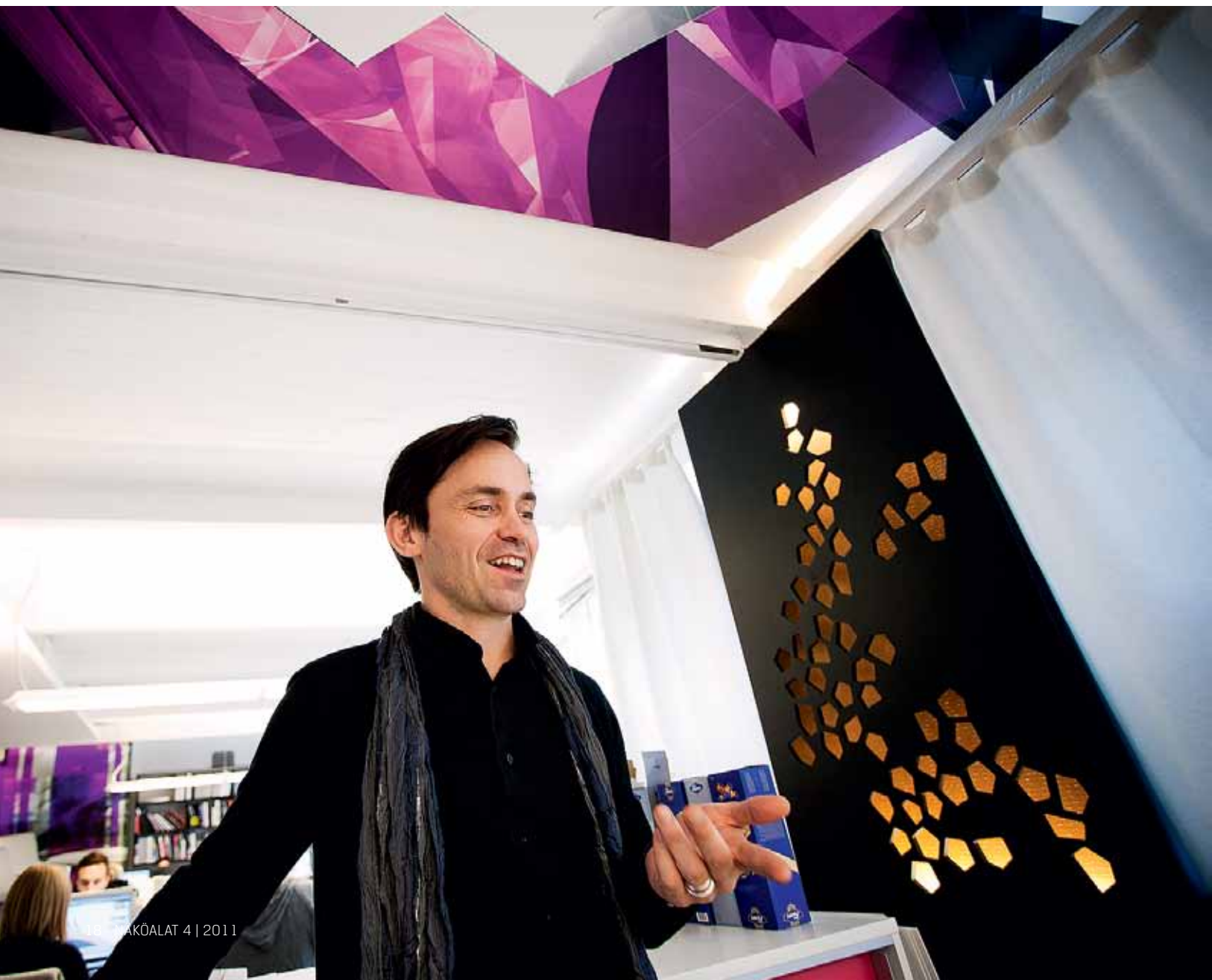
Omaa suunnittelutoimistoa Kivi on pyörittänyt vuodesta 1994. dSign Vertti Kivi & co on tehnyt toimintansa aikana satoja eri design-kokonaisuuksia ja käsillä on mittava määrä uusia. Tämän vuoden alussa Kivi valittiin myös vuoden sisustusarkkitehdiksi.

Sisustettavia tiloja suunnitellessa hänellä on aina mielessä selkeä ajatus, joka toimii kulmakivenä kaikelle suunnittelulle. Kivi uskoo vahvasti siihen, että tila virittää ihmiset. Koetut emootiot ovat hänen mielestään sisustetussa tilassa aina ensiarvoisen tärkeitä. Kivi perää myös rohkeutta ja vallitsevien näkemysten kyseenalaistamista. Suomen kaltaisessa, insinöörivetoisessa maassa se on hänen mielestään enemmän kuin paikallaan.

”Perusmoduulijakoa on helppo tehdä ja monesti urakoitsijat myös olettavat, että toimitaan lattia-, katto- ja seinäpintatasolla. Kaikki halutaan pilkkoa osiin, eikä nähdä kokonaisuuksia. Meidän tehtävämme on kuitenkin olla pitämässä asiakkaan puolta ja huolehtia siitä, että he saavat oikeasti käyttöönsä viihtyisiä ja inspiroivia tiloja. On pystyttävä asettumaan asiakkaan asemaan ja nähtävä asioita ikään kuin heidän silmin.”

Kivi muistuttaa, että satsaamalla tilojensa sisutukseen, yritykset antavat asiakkailleen ja työntekijöilleen tietyn mielikuvan toiminnastaan ja arvoistaan. Siksi onkin tärkeää ottaa asiakas mahdollisimman varhaisessa vaiheessa suunnitteluprosessiin mukaan – oikeastaan jo silloin, kun heitellään ilmaan hulluiltaakin kuulostavia ideoita. Kun tarpeet on kartoitettu ja

Vertti Kiven mielestä sisustussuunnittelijan on pystyttävä asettumaan asiakkaan asemaan ja nähtävä asioita ikään kuin tilaajan silmin. Ainoastaan taloudellisuutta hakevasta perusmoduulijattelusta olisi päästävä eroon.



hankesuunnitelma tehty, edetään ratkaisuvaihtoehtojen suunnitteluun. Vasta kun asiakas on valinnut lopullisen ehdotuksen, laaditaan varsinainen toteutussuunnitelma.

“Vaikka työ eteneekin järjestelmällisesti, on pidettävää kirkaana mielessä myös se, että säännöt on tehty rikottaviksi ja riskit otettaviksi. Näkemyksellisyyden ohella tarvitaan uskallusta ja innostusta viedä asiat loppuun asti”, Kivi linjaa.

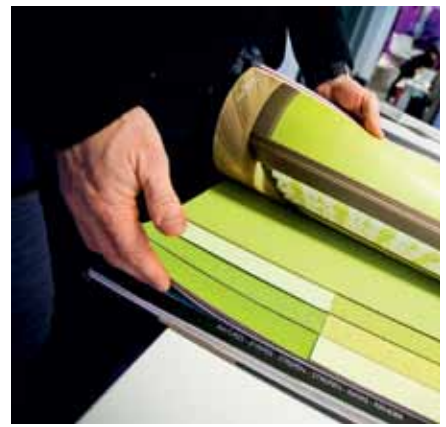
ITSEVARMUUS VIE PITKÄLLE

Yksi Vertti Kiven toimiston uusista aluevaltauksista on sisustuskokonaisuuksien tekeminen laivaympäristöön. Jokin aika sitten monipuolisella osaamisella mainetta niittänyt toimisto sai tehtäväkseen suunnitella joitakin tilakokonaisuuksia Viking Linen uudelle ruotsinlaivalle. Lopulta ehdotuksissa katsottiin olevan niin paljon näkemyksellisyyttä, että Kiven toimisto sai tehtäväkseen suunnitella samaan laivaan kaikkiaan 12 eri tilakokonaisuutta, joista jokaisen haluttiin henkivän omaa erityistä tunnelmaansa. Kivi kertoo, että tilaustyön paisumisen takia osa työntekijöistä on tehnyt viime päivät töitä yöstä myöten, jotta lopulliset suunnitelmat saataisiin asiakkaan arvioitavaksi.

“Tilaustyö on erityisen haastava, koska toteutamme erilaisia ravintoloita, myymälöitä, lasten maailmoja, klubeja sekä yleisiä oleskelutiloja. Niissä korostuvat tunnelman muutokset, ympäristöystävällisyys ja elämyksellisyyys. ”

Kivestä onkin aika erikoista, että suomalaiset ovat maailmalla tunnettuja laivanrakentajia, mutta laivojen sisustamisesta ei ole juurikaan kansainvälisiä näyttöjä. Kaikkien Suomessa rakennettujen loistoristeilijöiden sisustussuunnitelmat ovat ulkomaisten toimistojen tekemiä toteutuksia.

“Uskon, että myös tämä iso projekti voi toimia avauksena uusille kansainvälisille tilaustoille. On vain uskallettava mennä rohkeasti, itsevarmasti ja vähän röyhkeästikin uusille vesille antamaan näyttöjä. Puhetta mahtuu paljon maailmaan, mutta minusta johtoajatuksena tulisi olla tekeminen, joka perustuu selkeisiin näyttöihin.” ■



“Säännöt on tehty rikottaviksi ja riskit otettaviksi. Näkemyksellisyyden ohella tarvitaan myös uskallusta ja innostusta viedä asiat loppuun asti.”



Design läpäisee koko tuotantoketjun

TEKSTI: PEKKA SÄILÄ KUVAT: EEVA ANUNDI

KONEEN MUOTOILUJOHTAJA ANNE STENROSIN MIELESTÄ DESIGN-AJATELUN ON LINKITETTÄVÄ VAHVEKSI OSAKSI KANSAINVÄLISESTI TOIMIVIEN YRITYSTEN TUOTEKEHITYSTÄ JA INNOVAATIOTOIMINTAA. NÄIN TAATAAN MENESTYMISEN MAHDOLLISUUDET JATKUVASTI MUUTTUVASSA TOIMINTAYMPÄRISTÖSSÄ.





Muotoilun strateginen merkitys on kasvanut valtavasti. Vain harva suomalainen yritys on kuitenkaan ymmärtänyt, miten suuri voimavara se voi olla osana yrityksen kokonaisuonnistuksesta”, Anne Stenros toteaa.

KONEen pääkonttorin lasiseinäisestä näkölahissistä avautuvat upeat näkymät Keilalahden merelliseen ympäristöön. Lähes äänettömältä vaikuttavan hissien kori on sisustettu Marimekko-aiheisella teemalla, millä on osaltaan haluttu lisätä lyhyen matkan viihtyisyyttä. KONEen suunnittelujohtaja **Anne Stenros** vakuuttaa, että hissimatkin voi olla ihmiselle kokonaisvaltainen kokemus, joka parhaimmillaan muuttuu elämykseksi.

”KONE toimii vahvasti kehittyvillä markkinoilla, joissa meillä on erittäin vaativia asiakkaita. Erityisesti mieleeni on jäänyt eräs intialainen asiakas, joka vastasi merkittävästä asuntorakennusprojektista Mumbaissa. Hän kuunteli aluksi, mitä muotoilu meidän tuotteissamme merkitsee, ja päätyi lopulta kiteytykseen – Luksus ei ole sitä, että hississä on aitoa marmoria ja valaistus kohdallaan. Luksus on sitä, että tilassa ja ihmisesä tapahtuu jokin muutos hissimatkan aikana. Mielestäni hän kiteytti yhdessä lauseessa paljon olennaista muotoilun tehtävästä ja käyttäjäkokemuksen merkityksestä.”

Ennen siirtymistään KONEen muotoilujohtajaksi Stenros ehti toimia Hongkongin Design Centerin johtajana, mikä antoi hänelle perspektiiviä aasialaiseen ja kansainväliseen muotoilumaailmaan.

”KONEen tarjoama tehtävä kuulosti riittävän mielenkiintoiselta, koska heillä ei entuudestaan ollut varsinaista muotoiluun keskittyvää yksikköä. Minun ei tarvinnut astua kenenkään jälkiä, vaan pääsin rakentamaan design-toimintaa puhtaalta pöydältä yrityksen sisällä.”

Koska kaikki oli rakennettava alusta lähtien, alkoi Stenros ensitöikseen tutkia, miten muut globaalisti toimivat yritykset olivat asian ratkaisseet. Hän huomasi, että kulutustavaroita valmistavat yritykset olivat paljon perinteisiä b-to-b-yrityksiä edellä design-johtamisessa ja sen strategisessa hyödyntämisessä.

”Philips Design oli vahvasti läsnä Hongkongissa. Heillä oli hieno design-yksikkö, joka teki myös ulkopuolisia toimeksiantoja. Niinpä käynnistimme Philipsin kanssa Ambient Experience Design -projektin, jonka avulla saimme käsityksen siitä, mitä erilaisia aineksia kokonaisvaltaisen käyttäjäkokemuksen rakentamiseksi tarvitaan. Yhteistyön avulla pääsimme suuren loikan eteenpäin ja pystyimme löytämään KONEen kulttuuria sekä omia prosesseja tukevia ratkaisuja. Sen jälkeen kasvu onkin ollut vauhdikasta. Puolet yksiköstämme toimii Hyvinkäällä ja puolet Shanghaissa, jonne myös toimintamme vilkkain kasvu tällä hetkellä keskittyy.”

MUOTOILUN VAIKUTTAVUUS TODENNETTAVISSA

Stenros sanoo, että yrityksen on ensin määriteltävä, mitä yrityksen design-toiminnalla tavoitellaan. Hänen mielestään globaalissa yrityksessä design-osaamista pitäisi löytyä organisaation joka tasolta, ei vain yksittäisestä yksiköstä.

”Design-prosessia on rakennettava rinnan koko tuotekehitysprosessin kanssa, jolloin se läpäisee jokaisen tuotekehitysyksikön. Perusosaamisen täytyy löytyä talon sisältä, mutta on oltava myös verkosto ulkopuolisia yhteistyökumppaneita, jotka pystyvät toteuttamaan tietyt täsmätoimeksiantoja ja laajentamaan siten osaamis pohjaa”, Stenros linjaa.

Hän sanoo huomanneensa, että kun luovat ihmiset tekevät vuosia töitä tietyjen rajoitteiden ja paineiden alaisena, alkavat he helposti itse asettaa näitä rajoitteita itselleen. Totta toki on, etteivät tiukasti aikataulutetut ja budjetoidut prosessit liiojia rajojen venytyksiä kestäkään. Riskinä kuitenkin on, että aletaan tehdä varman päälle, jolloin asiat ja prosessit eivät uudistu. Ulkoisten osaaajien väliintulolla voidaan Stenrosin mielestä välillä herättää omaa väkeä ja löytää uusia näkemyksiä. Erityisen kiinnostunut Stenros on tällä hetkellä siitä, miten muotoilun vaikuttavuutta voi

Tuntosarvet tulevaisuudessa

Arkkitehti ja tekniikan tohtori Anne Stenros on toiminut myös UXUS- käyttäjäkokemusohjelman puheenjohtajana (User Experience and Usability of Complex Systems). Ohjelman tavoitteena on, että Suomessa on tulevaisuudessa lukuisia kone- ja metallialan yrityksiä, joiden menestys ja strategia nojaavat käyttäjäkeskeisiin tuotteisiin ja palveluihin. Ohjelmassa on mukana yritysten lisäksi kotimaisia yliopistoja ja tutkimuslaitoksia. UXUS on osa FIMECC Oy:n tutkimusohjelmia. FIMECC on yksi strategisen huippuosaamisen keskittymistä (SHOK), jotka ovat saaneet rahoitusta myös Tekesiltä.



daan mitata. Käytettävyyttä on tutkittu jo pitkään, mutta koko käyttäjäkokemusta ei niinkään.

”KONEessa toteutimme arvion, jossa käyttäjäkokemusta testattiin kognitiivisilla ja emotionaalisilla osioilla. Lisäksi testasimme laitteiden käytettävyyttä. Erityisen tärkeää oli, että käytimme arviointitoteutuksessa ulkopuolista asiantuntijaa, jotta saimme mahdollisimman objektiivisen kokonaisarvion muotoilun toimivuudesta.”

KOKEILEMALLA KARTOITETAAN TULEVAA

Jos yritys haluaa olla oman alansa mielipidejohtaja muotoilussa, on sen sisällä vallittava Stenrosin mielestä kulttuuri, jossa design toimii myös innovaatioiden innoittajana.

”Muotoilun strateginen merkitys on kasvanut valtavasti. Vain harva suomalainen yritys on kuitenkaan ymmärtänyt, miten suuri voimavara se voi olla osana yrityksen kokonaisuuden menestystä. Erityisesti sen avulla voidaan visualisoida tulevaisuutta.”

Stenros ottaa esimerkiksi konseptuaaliset kokeilut, joiden avulla kartoitetaan, miltä tulevaisuus voisi näyttää ja tuntua. Se yritys, joka pystyy rakentamaan uskottavia mahdollisuuksia, on monesti edelläkävijän asemassa.

”Esimerkiksi Aasiassa ollaan jo rakentamassa design management -kulttuuria, jossa liikutaan muotoilun ja innovaatioiden strategisella tasolla. Suomessa voitaisiin mielestäni olla edelläkävijöitä koulutuksen järjestämisessä, jossa painotetaan design leadership -ajattelua”, hän ehdottaa.

Tällä hetkellä kotimaisesta muotoilukulttuurista puuttuu Stenro-

sin mielestä henkinen rohkeus ja visionäärisuus. Kaikenlaista puuhastellaan, mutta pienessä mittakaavassa. Puhutaan innovaatioista, mutta aina ei tiedetä, tarkoitetaanko sillä vanhojen tuotteiden parantamista vai mullistavia tuotteita ja toimintatapoja.

”Olen usein huomannut ihmisten virheellisesti uskovan, että pienessä mittakaavassa toteutetuilla tavoitteilla ja resursseinneilla voidaan saada aikaan maksimimaalinen muutos. Totuus on, että jos annetaan pari vuotta aikaa, rajallinen tehtävä sekä niukka määrä resursseja, ei varmasti saavuteta mitään maailmaa mullistavaa.”

Jotta kansainvälisillä markkinoilla toimivat suomalaisyritykset voisivat olla omalla alallaan merkityksellisiä, on niiden etsittävä laajoja kumppanuuksia sekä avoimempia yhteistyökuvioita.

”Suomessa ollaan hyviä tuottamaan selvityksiä ja raporteja, mutta näkemyksellisyyttä ja rohkeutta puuttuu. Merkityksellisiä innovaatioita ei voi luoda pitämällä tutkimusyksikön ovet kiinni ja teke-mällä kaikki yksin kenenkään tietämättä.”

Stenrosin mielestä olisi pystyttävä luomaan enemmän yhteisiä, kokeellisia alustoja, joissa erilaisia vaihtoehtoja ja mahdollisuuksia pystytään arvottamaan, olematta kuitenkaan perinteisten prosessien vanki. Tällaisia voisivat olla vaikkapa suunnittelukonseptit ja -utopiat, joilla tulevaisuuden eri mahdollisuuksia visualisoidaan ja testataan. Parhaimmillaan ne voivat olla muutoksen tukena, näyttämässä parhaita tavoiteltavia mahdollisuuksia.

”KONEen kohdalla tällainen ajattelu konkretisoituu erityisesti kasvavilla markkinoilla, jossa tahti voi olla parhaimmillaan niin hurjaa, että valtavat rakennuskompleksit ovat käytännön laboratorioita – suunnitellaan ja toteutetaan yhtä aikaa.”

Luksus on sitä, että tilassa ja ihmisessä tapahtuu jokin muutos hissimatkan aikana.



Luovien alojen osaaminen yrityksiin

SUOMALAISTEN YRITYSTEN TULISI UUDISTUA JA ETSIÄ UUSIA KEINOJA OMAN YDINOSAAMISENSA TUEKSI. LUOVUUTTA VOISI HYÖDYNTÄÄ KAIKILLA TOIMIALOILLA, MUTTA MIKSI PALVELUJEN TARVITSIJAT JA TUOTTAJAT EIVÄT KOHTAA?

TEKSTI: MERJA SALONEN KUVA: SUSANNA LEHTO

Kysymys on luovien alojen toimijoiden omasta kyvystä nähdä oma osaaminen osana muita toimialoja. Lisäksi kysymys on yritysten rohkeudesta lähteä miettimään taide- ja kulttuuriammattilaisen kanssa oman yrityksensä vision ja strategian rakentamista. Ongelmana lienee se, ettei tunneta riittävästi onnistuneita esimerkkejä. Toisaalta kaikkiin kokeiluihin liittyy riskejä ja ne vievät kalliita resursseja.

Eräs keino saada luovien alojen osaaminen käyttöön, on kannustaa välittäjäporrasta, kuten agentti-, manageri- ja jakelutoimintaa mukaan toimintaympäristön kehittämiseen. Välittäjäporras voisi ammattimaisesti etsiä mahdollisuuksia, verkottaa, tuoda kansainvälistä osaamista ja tehdä kehitysaloitteita toimialojen kesken. Suomessa on edellytyksiä tähän, koska meillä on paljon hyvin koulutettuja kaupallisen alan sekä taide- ja kulttuurialojen ammattilaisia. Kansainväliset henkilökohtaiset suhteet kulttuurialoilla ovat myös bisneksen kannalta erittäin tärkeitä. Meiltä löytyy myös kansainvälisesti hyvin verkottuneita alan osaajia.

Taiteen tärkeä tehtävä on kritisoida ja analysoida yhteiskuntaa, nostaa esille merkityksiä, joita emme havaitse. Juuri tätä havain-

nointikykyä pitäisi uskaltaa käyttää niin yrityksissä kuin julkisissakin laitoksissa.

Käyttäjälähtöisiä palveluita voidaan luoda ja kehittää vaikkapa designin ja improvisaation avulla. Tätä on toteutettu jo sosiaali- ja terveystieteillä, josta löytyy onnistuneita esimerkkejä kuten muun muassa valokuvaaja, taide- ja sosiaalikasvattaja **Miina Savolaisen** kehittämä voimauttavan valokuvan koulutus (www.voimauttavavalokuva.net).

Suosittelena lämpimästi luettavaksi FT, yrittäjä **Eija Mäkrintalan** tekemää raporttia Taidetaustaisen osaamisen hyödyntäminen yrityksen kilpailukyvyyn vahvistamisessa. Se on todennäköisesti ensimmäinen ja toistaiseksi ainoa suomalainen julkaisu, jossa tutkitaan luovien alojen osaamista osana liiketoiminnan kehittämistä. Lukekaa ja inspiroitukaa!

Kirjoittaja toimii luovien alojen asiantuntijana Tekesissä.



www.cupore.fi/documents/Taidetaustainen_osaaminen_Makirintala_final_291009.pdf

Arjen luksusta

MAGISSO LAITTOI TUTUT KEITTIÖVÄLINEET UUSIKSI JA MYYNTIIN MAAILMALLE.

TEKSTI: KAJ NORDGREN KUVAT: MAGISSO

Harva ei kakkulapiosta tykkää. Se tuo maukkaita muistoja, design on ajaton ja toimiva, muttei täydellinen. Kakkulapio ja moni muu keittiön apu odottivat uudeleen keksimistä.

Helsinkiläinen Magisso on vuonna 2008 perustettu, palkittu design-tuotantoyhtiö, jonka tavoitteena on luoda arkipäivän elämää helpottavia ja ilahduttavia uniikkeja tuotteita.

”Jokaisesta tuotteestamme pitää löytyä wow-elementti”, toimitusjohtaja **Juhani Sirén** valottaa yrityksensä filosofiaa. Magisson fokus on vahvasti keittiötuotteissa, mutta Sirén ei halua asettaa rajoja innovaatiolle.

”Voimme tehdä tulevaisuudessa mitä tahansa, vain kekseliäisyys on rajana. Suomi on täynnä huikkeitä tuoteideoita, jotka jäävät usein toteuttamatta, koska keksijällä ei ole resursseja, tietotaitoa tai kontakteja. Magisson tehtävänä on auttaa ideoita eteenpäin alkaen muotoilusta ja valmistamisesta aina globaaliin jakelukanavaamme lähes 30 maassa.”

YHDEN LIIKKEEN VISIO

Muotoilija **Maria Kivijärvellä** välähti. Useimmat ovat kokeneet tavallisen kakkulapion haasteet. Miten leikata ensimmäinen ja tasakokoisia paloja, miten viedä kakunpala lautaselle ehjänä ja pysyvässä. Uuden vuosituhannen kakkulapio ratkaisisi nämä ongelmat yhdellä käden liikkeellä.

Mitä on hyvä muotoilu?

HYVÄÄ MUOTOILUA MÄÄRITTELEVÄT PELIFIRMAN, MUOTOILUALAN JA NUORISON EDUSTAJAT.

TOIMITUS: SANNA NUUTILA



”Tuoteidea vei heti mennessään. Olen todella ylpeä, että siitä tuli Magisso-tuote. Uskon, että Marian kakkulapiosta tulee klassikko, arvostetun Red Dot Design -palkinnon se jo sai vuonna 2010”, Juhani Sirén kertoo.

KUIVAKAKUSTA KERMAAN

Maria Kivijärven kakkulapion proto voitti Pauligin Tahto&Taito-kilpailun yleisöäänestyksen ylivoimaisesti vuonna 2006. Kivijärven ja Magisson tiet kohtasivat pari vuotta myöhemmin, jolloin tuote ei ollut edennyt mihinkään. Yhteistyö alkoi saman tien tuotteen toiminnallisuuden ja muotoilun kehittämällä.

”Alun perin kakkulapio oli suunniteltu vain kuivakakuille, mutta kehitystyön tuloksena se toimii yhtä hyvin kermakakuilla. Vaikka tuote on yksinkertainen, hyvään lopputulokseen pääseminen oli pitkällisen kehitystyön tulos.”

Syyskuun lopussa Magissosta tuli palkittujen keraamisten tuotteiden valmistaja Tonfisk Designin suurin omistaja.

”Tällaisiin yhteistyökuvioihin ei Suomessa design-alalla ole totuttu, mutta haluamme olla pioneereja siinäkin suhteessa”, Sirén kertoo tyytyväisenä.

Magisson yhteistyö Tekesin kanssa on toiminut hänen mukaansa suoraan sanottuna täydellisesti.

”On ollut ilo huomata, että Tekes näkee mahdollisuuksia designissa ja meidän kaltaisessamme innovaatiobisneksessä. Nuorten innovatiivisten kasvuyritysten rahoitus on ollut Magisson kansainväliselle kasvulle tärkeää ja nopeuttanut toimintoja huomattavasti. Olemme pystyneet esimerkiksi panostamaan riittävästi kansainvälisiin messuihin, jotka ovat erittäin tärkeitä tunnettuuden ja uskottavuuden rakentamisessa”, Juhani Sirén sanoo. ■



Markkinointipäällikkö
Mikael Haveri
Frozenbyte Oy

Hyvä muotoilu = Silmä lepää ja ajatus ei etsi tarkoitusta.



Toimitusjohtaja
Mikko Kalhama
Design Forum Finland

Muotoilu yhdistää teknologian, talouden ja käyttäjän – ihmisen. Se ei ole vain esineitä, se on myös palveluita, markkinointiviestintää, kommunikaatiota ja vaikka pelejä, yhä enemmän siis myös immateriaalisia asioita. Hyvä muotoilu tekee palveluista ja innovaatioista lähestyttäviä ja helppokäyttöisiä kaikille.



Koululainen
Santeri Nurmi
Olarin koulu ja lukio 7C

Hyvä muotoilu on käytännöllistä, mutta samalla tuo aina jotain uutta ja eksoottista käytännöllisyyden rajoissa.

Nykypäivänä on ongelmana, esimerkiksi autoissa, ettei uusia ja eksoottisia ideoita tuoda markkinoille tarpeeksi uskaliaasti. Konseptiautoissa kiinnitetään eniten huomioita aerodynamiikkaan ja muotoiluun eikä niin paljoa matkustusmukavuuteen, joka on kuluttajille tärkeää. Normaali kuluttaja-autoissa se menee juurikin toisin päin, ettei muotoiluun kiinnitetä huomiota yhtä paljon kuin konseptiautoissa, mutta tällöin muotoilu pysyy järkevänä.

Sehän olisi ihan piristävää, että jos oma auto olisikin eksoottisempi ja räväkempi, esimerkiksi jos siinä olisi lokinsii-piovet tai se olisi vain kaksipaikkainen rantakirppua muistuttava kaupunkiajoneuvo. Muotoilu on autoissa parhaimmillaan joissakin urheiluautoissa, joissa on otettu huomioon räväkkyä muotoilu, aerodynamiikka, ajo-ominaisuudet sekä matkustusmukavuudet.

Muotoileminen voi olla erittäinkin vaikeaa ja sen jokainen varmaan on todennut ainakin koulunpenkillä. Vaikka muotoilu näkee joka paikassa, hyvään muotoiluun ei kyllästy koskaan!



Hannu Verkasalo viettää nykyään puolet ajastaan Suomessa, puolet USA:ssa, jossa hän työskentelee pörssiyritys Arbitronin varatoimitusjohtajana.

Mobiilimainonnan tiedon jalostaja

TEKSTI: ELINA RANTA KUVAT: EEVA ANUNDI JA ISTOCKPHOTO

ARBITRON MOBILEN, ENTISEN ZOKEMIN, TOIMITUSJOHTAJAN HANNU VERKASALON TIE ON KÄYNYT OULUSTA OTANIEMEN KAUTTA NEW YORKIIN, VÄITÖSTUTKIJASTA MOBIILIBISNEKSEN NÄKÖALAPAIKALLE, JOSSA MOBIILIKULUTTAJASTA KERÄTYN TIEDON AVULLA VUOLLAAN KULTAA MAINOSTAJILLE – JA TIETOA TUOTTAVALLE YRITYKSELLE.

Verkasalon perustama Zokem syntyi start-upina loppuvuodesta 2007. Ensimmäiset kaupalliset tuotteensa se sai ulos 2009. Arbitron Mobile tuottaa asiakkailleen mobiilikäyttäytymisen tutkimus- ja analysointipalveluja. Tietoa erilaisten palvelujen tai medioiden käyttötavoista kerätään kuluttajapaneeleista, joihin rekrytoidaan ihmisiä useissa eri maissa. Paneeleista kerätystä datasta kootaan tilastollisia analyysejä.

UNIIKIT KULUTTAJAPANEELIT

Tutkimuspaneelisiin osallistuvat ihmiset asentavat puhelimeensa sovelluksen, joka rekisteröi heidän kännykänkäyttönsä. Käyttäjämittauksissa sovellusten on toimittava kaikkien valmistajien kännyköissä, eri operaattoreiden verkoissa, ja useissa eri maissa.

”Ja ne toimivatkin. Tämä on tietysti suuri haaste, koska matkapuhelinalustoja on jo melkoinen määrä. Mutta samalla se on meille ainutlaatuinen kilpailuetu. Meillä on maailmanlaajuisesti hyvä tiimi, joka keskittyy yksinomaan alustariippumattoman softaratkaisun kehittämiseen, Verkasalo kertoo.

”Meillä on erilaisten paneelien järjestämisestä ja tiedon hyödyntämisestä kokemusta jo noin kymmenen vuoden ajalta – pidempään kuin muilla.”

Aiemmin yritys on palvellut lähinnä operaattoreita ja laitevalmistajia. Tärkeimmät asiakkaat ovat internetfirmoja, kuten Yahoo ja Google, teleoperaattoreista Vodafone ja Telefonica, ja laitevalmistajista muun muassa Samsung.

”Nykyään asiakkainamme on yrityksiä, jotka ovat tehneet merkittäviä investointeja mobiilimaailmaan ja haluavat myös syvemmin ymmärtää markkinaa ja omaa positiotaan siinä”, Verkasalo kertoo.

”Seuraavan kolmen vuoden aikana painopiste on media- ja mainostoimistoasiakkaissa. He haluavat tietää, missä mainostaa ja miten mainosrahansa allokoida. Kontekstuaalinen ja kohdennettu mainonta on tehokkaampaa, mikä johtaa mobiilimainonnan arvon merkittävään kasvuun tulevaisuudessa. Jo vuonna 2014 mobiilimainonnan liiketoiminnan arvioidaan olevan 30 miljardia dollaria, josta meidän liiketoimintamme osuus olisi noin puoli miljardia dollaria eli koko nykyinen mobiilimainonta”, Verkasalo kertoo.

”Mielestäni kehityskaari on selvä: mobiilimainonnassa on tulevaisuudessa enemmän rahaa kuin perinteisessä internetmaailmassa. Tämän suunniteltavia merkkejä on jo maailmalla.”

YRITYSKAUPPA KANAVA PÄÄMARKKINOILLE

Arbitron Mobile on kasvanut henkilömäärällä mitattuna 4–5 työntekijällä vuodessa. Viime vuonna oli suurempi harppaus, kun yhtiö teki huhtikuussa 2,5 miljoonan euron pääomarahoituskierroksen. USA:lainen media- ja markkinointitutkimusyhtiö Arbitron osti yrityksen heinäkuussa.

Arbitron Mobile jatkaa toimintaansa Espoon Innopolissa. New Yorkin lisäksi suurimmat yksiköt ovat Singaporessa, Lontoossa ja Pariisissa, mediatoimialan suurimmissa keskuksissa. Suomessa henkilöstön määrä on kuitenkin suurin. Operatiivinen ja tuotekehitykseen liittyvä toiminta jatkuu Suomessa samaan tapaan kuin

Mobiilikuluttajan käyttäytymisestä kerätty tieto on kullan arvoista niin mainostajille kuin tietoa myyvälle yritykselle.



Arbitron Mobilen työntekijät muuttivat syksyllä entistä ehompiin toimitiloihin Espoon Innopolissa. Porukka on motivoitunutta erityisesti uusista resursseista ja pitkän aikavälin suunnitteluhoristontista, Hannu Verkasalo iloitsee.

ennen. Myös lisäinvestointeja on tehty. Liiketoiminnan kehitystyö ja strategiset päätökset tehdään USA:ssa, missä suurin markkina-kin on.

KASVUUN LÖYTYI APUA TEKESISTÄ

Verkasalon mielestä Tekesin Nuorten innovatiivisten yritysten rahoitus (NIY) sekä Vigo-ohjelman yrityskiihdyttämöt ovat ratkaisevan tärkeitä kasvuyrittäjyyttä tukevia työkaluja.

Vigossa silloinen Zokem hyödynsi yrityksen johdon, enkelisijoittajien, ja Finnveran sijoituksia liiketoimintasuunnitelman mukaisesti, ja käytti KoppiCatch-kiihdyttämön palveluita aina viime kesään asti. Vigossa yritys pystyi paremmin keskittymään riskipitoisiin kasvuvaiheen investointeihin ja siirtymään pelkästä 'tuotekehitysmoodista' kansainvälisempään ja kaupallisempaan toimintaympäristöön.

"Arbitron Mobilella on aktiivinen hands-on -tapa toimia. Yritys kuuntelee tosissaan ja tarkasti asiakaskuntaansa ja NIY-rahoitusjaksonkin aikana tarkensi liiketoimintasuunnitelmaansa markkinoilta tulevan palautteen mukaan," Tekesin asiantuntija **Pauli Noronen** kiittää.

"Vigo-ohjelmasta oli hyviä kokemuksia. Pikkufirmoissa johto on aina hyvin ohut ja porukka nuorta. Kokeneet henkilöt ovat tukemassa, esimerkiksi avustamassa sopimusten laatimista tai miettimässä parasta tapaa organisoida toimintaa. Tekesin tiimi toimi todella hienosti yhteen, mikä näkyi meidän päässämme niin, että pääsimme keskittymään koko ajan itse bisnekseen," Verkasalo toteaa.

"NIY:STÄ KANNUSTIMET PUSKEA LÄPI"

Verkasalo katsoo, että ilman Nuorten innovatiivisten yritysten rahoitusta (NIY) yritys tuskin olisi siellä, missä tänä päivänä: Jälensija maailman kaikilla suurilla mobiilimarkkinoilla, liikevaihdon kasvua parin alkuvuoden jälkeen roimasti. Vuonna 2009 liikevaihto oli vasta viisinumeroinen – tänä vuonna se ylittää jo kaksi miljoonaa dollaria.

"Mielestäni NIY on rakennettu juuri oikeaan rakoon, kun tietty teknologia on jo rakennettu ja validoitu, mutta pääomaa ei ole kasvuvaihteen päälle saamiseksi. On hyvä, että NIY:ssä edetään askeleittain: jos et niitä täytä, et pääse seuraavalle tasolle. Se antaa isot kannustimet puskea läpi tavoitteita. Meillä tavoitteena oli myynnin skaalaaminen, ja siinä onnistuttiin," Verkasalo kertoo.

Pauli Norosen mielestä Arbitron Mobilessa on kaikki menestykseen tarvittavat palikat.

"Yritys toimii erittäin mielenkiintoisessa voimakkaasti kasvavassa globaalissa tulevaisuuden markkinassa, sen palvelu ja teknologia ovat uniikkeja ja tiimillä on osaamista ja draivia viedä yritys kasvamaan markkinaan."

"Arbitron Mobilen vahvuutena oli tämä tiimi. Hannu Verkasalolla on kova tutkimustausta, ja myös muulla tiimillä on vahvaa algoritmi- ja muuta osaamista. Siinä vaiheessa kun lähtivät hakemaan NIY-rahoitusta, tiimillä oli jo kansainvälistä osaamista, mikä todettiin hakupaneelissakin," Noronen jatkaa.

"Lopputulos on onnistunut: Olimme riittävän 'pelottava' markkinoilla, mikä johti markkinajohtajan haluun ostaa meidät osaksi isompaa kokonaisuutta. Arbitron ilmaisi selvästi tukensa meidän liiketoimintamallia kohtaan ja oli valmis investoimaan toivomiimme asioihin pitkällä aikavälillä," Verkasalo sanoo.

"Meillä on voimakas tahtotila syndikoituun tutkimusliiketoimintaan ja skaalautuvaan kasvuun. Nyt teemme asiakaskohtaisia pa-

neeleita, mutta jatkossa haluamme siirtyä malliin, jossa me itse operoimme merkittäviä paneeleja kaikilla päämarkkinoilla ja myymme samaa datasettiä tai raporttia useille asiakkaille.”

”Kuulostaa vähän kliseiseltä. Mutta meillä on aika yksityiskohdainen suunnitelma, miten tempu tehdään”, Verkasalo hymähtää.

ETSITÄÄN: RISKINOTTAJA KASVUYRITYKSEEN!

Arbitron Mobile muutti syksyllä suurempiin toimitiloihin. Yhtiöllä on käytännössä jatkuvasti uusien osajien haku päällä. Lisää porukkaa palkataan Suomessa lukumääräisesti eniten tuotetekehitykseen ja analytiikkatiimiin. Suomesta löytyy Hannu Verkasalon mielestä osajia mobiilikehitykseen, mutta heidän houkuttelemisessaan on haastetta.

”Kasvuhakuisessa pienyrityksessä, joka toimii dynaamisella, teknologiaintensiivisellä alalla, tarvitaan monipuolista, nuorta porukkaa. Yliopistoista tullaan harvemmin näihin yrityksiin töihin, monet

hakeutuvat mieluummin isoihin monikansallisiin yrityksiin. Niissä nähdään enemmän pitkäjänteistä urakehitysmahdollisuutta, enemmän resursseja ja vähemmän riskejä.”

Tilanne on hieman Verkasalon mielestä silti kohentunut.” Yrittäjyyskulttuuri on vähitellen siirtymässä tänne. On esimerkiksi Aalto Entrepreneurship Societyn tapaisia, start-up-yrittäjyyden sanomaa levittäviä järjestöjä. Tämän työn tuloksena varmasti opiskelijat miettivät jo aiempaa enemmän oman yrityksen perustamista tai start-upeihin liittymistä.”

Silti Arbitronissakin on ollut hankaluuksia saada oikeita hyviä tyyppisiä rekrytoitua. Se on ollut jopa kasvun merkittävä rajoite. Verkasalon toiveissa olisi vielä enemmän riskinottoa ja yrittäjähensyyttä Suomeen. ■

 www.tekes.fi/info/niy
www.vigo.fi

Gap-ohjelmasta boostia myyntiin

Myynti
tuplaantui
kolmessa
vuodessa

Tiedonhävitysyritys Blancco haluaa kartoittaa liiketoimintamahdollisuuksiaan vielä vähän tuntemallaan markkina-alueella Kiinassa. Joulukuussa valmistuu arvio siitä, kannattaisiko yrityksen panostaa myös lohikäärmeiden maahan.

Joitain heikkoja viitteitä kysynnästä on saatu, mutta nykypäivänä yritys haluaa tehdä kotiläksynsä huolella. Selvitys valmistuu Gap-ohjelmassa (Global Access Program), jota Blancco hyödyntää jo toistamiseen.

”Gap-ohjelman panostukselle saatiin viimeksi niin hyvä tuotto, että päätettiin lähteä uudestaan. Ensimmäistä kertaa olimme mukana vuonna 2008. Silloin lähdettiin rakentamaan uutta myyntistrategiaa USA:han. Myyntiorganisaatio oli ollut sekava. Nyt sitä ohjataan kootusti Atlantassa. Myyntimme tuplaantui noin kolmessa vuodessa, Blancon toimitusjohtaja **Kim Väisänen** kertoo.

Blancon alkutaival oli takkuinen: 2000-luvun alussa ylimitoitettujen kasvupanostusten myötä alkupääomarahaa valui kankkulan kaivon ja yritys ajautui hetkellisesti kassakriisiin partaalle.

”Vaikeuksista pitää oppia. Yritimme aluksi kansainvälistymistä liian kaukana. Ei pidä ylenkatsoa lähimarkkinaakaan – tämä opittiin. Liiketoimintamalli on myös matkan varrella muuttunut suoramyynnin, partneriverkon ja franchising-toiminnan kautta tytäryhtiö-osakkuusmalliksi, jossa liiketoiminnan ja myynnin ohjattavuus on huomattavasti parempi, Väisänen kertoo.

Liiketoimintastrategiassa tietty tasapainottamisen ajatus kannattaa: ”Kun menee huonosti, lisävaihe päälle, kun ollaan nosteessa, vähän hiljentämistä ja malttia ja harkintaa.”

”Meillä ei olla siinä tilanteessa, että markkinat uhkaisivat kypsyä. Nythän ollaan vasta alkupäässä tikkaila. Yritysassiakkailta tiedontarpeen arvioidaan yli nelikymmenkertaistuvan seuraavan kymmenen vuoden aikana. Vuosikasvutavoitteemme on jatkossa 30 prosenttia. Vuoden 2012 aikana rikkoutunee sadan työntekijän raja.

 www.tekes.fi/info/gap

Itä-Suomen vuoden kasvuyrittäjä

Blancon perustaja Kim Väisänen palkittiin syksyllä Itä-Suomen vuoden 2011 kasvuyrittäjänä. Tunnustuksen myönsi konsultti- ja tilintarkastusyhtiö Ernst & Young Entrepreneur of the Year -kilpailussa. Tuomaristo kiitteli sekä Blancon luovaa liikeidea, josta on kehittynyt alansa edelläkävijä ja markkinajohtaja, että myös Väisäsen motivoivaa ja avointa tapaa johtaa yritystään.



Vartijoiden osaamisprofiilin kartoituksessa otettiin huomioon muun muassa vartijan yhteistyötaidot ja asenteet, mutta myös esimerkiksi tietojenkäsittelytaidot ja tietoturvallisuuden tuntemus.

Tehoa terveydenhuollon turvallisuuuteen

SAIRAALOISSA, SOSIAALIVIRASTOISSA JA TERVEYSKESKUKSISSA TYÖSKENTELEVÄT VARTIJAT TARVITSEVAT ERITYISTAITOJA. SECURITAS LÄHTI KEHITTÄMÄÄN TYÖTEKIJÖIDENSÄ OSAAMISTA YHDESSÄ TERVEYDENHUOLLON TOIMIJOIDEN KANSSA.

TEKSTI: ANULIINA SAVOLAINEN KUVAT: JARNO HÄMÄLÄINEN

Kaupassa vartija voi viedä ulos huonosti käyttäytyvän asiakkaan, mutta aggressiivista potilasta ei voida poistaa sairaalasta. Sosiaali- ja terveysalojen toimipisteissä lainsäädäntö on toinen kuin teollisuudessa.

”Tarvitaan psykologista silmää, joka kehittyy usein iän kanssa. Vartijoiden keski-ikä alalla onkin noin kuusi vuotta korkeampi kuin muilla turvallisuussektoreilla, Securitas-yrityksen Care-segmentistä vastaava palvelujohtaja **Ville Salonen** kertoo.

Aiemmin turvallisuuspäällikkönä Jorvin sairaalassa toiminut Salonen lähti vuoden 2009 lopulla vetämään Securitas Oy:ssä laajaa STOP-hanketta, jossa rakennettiin osaamisprofiili sosiaali- ja terveysalalla työskentelevälle vartijalle ja yhtenäistettiin alan toimintatapoja.

Hanke kuului Tekesin Työelämän kehittämishjelmaan (Tykes). STOPiin osallistuivat Securitas Oy:n lisäksi Tampereen Aikuis-koulutuskeskus ja useita sosiaali- ja terveysalan toimipisteiden edustajia.

VARTIJOIDEN TAITOJA TUTKITIIN

Securitas kuuluu sosiaali- ja terveysalan suurimpiin turvallisuuspalveluiden tuotta-

jiin Suomessa. Yrityksellä on yli 250 vartijaa sairaaloissa ja terveydenhuollon toimipisteissä ympäri maata.

Hankkeen alussa tehtiin kartoitus, jonka avulla muodostui kuva henkilöstön osaamisen nykytilasta ja kehittämistarpeista. Selvitettiin myös haastatteluina ja sairaalakäynnein, mitä asiakkaat vartijoilta odottavat. Tulosten perusteella luotiin paikakunnittaiset osaamisprofiilit ja luotiin valmennusohjelma sekä perehdytyskäsikirja.

Vartijoiden osaamisprofiiliin kartoituksessa otettiin huomioon muun muassa vartijan yhteistyötaitot ja asenteet, mutta myös esimerkiksi tietojenkäsittelytaidot ja tietoturvallisuuden tuntemus.

Aktiivisimmin mukana olivat Securitas Healthcaren isoimmat asiakkaat, Oulun ja Kuopion yliopistolliset sairaalat sekä Helsingin terveyskeskus. Myös Pirkanmaan sairaanhoitopiiri sekä Lääkäripalveluyritykset ry osallistuivat. Terveysten toimipisteiden edustajat osallistuivat hankkeen aikana valmennuksiin ja seminaareihin sekä julkaisujen ja ohjeistusten tekemiseen.

AKTIIVISUUS YLLÄTTI

”Saimme valtavaa tukea sairaalamailmasta. Oli erittäin tärkeää, että joka alueelta oli asiakkaan edustaja mukana, olihan hankkeen lähtökohtana asiakaslähtöisyys”, Salonen kertoo.

Myös Securitaksen henkilökunta innostui projektista. Kun hankkeen alussa kartoitettiin vartijoiden haasteita ja kehittämistoiveita, kyselyyn vastasi peräti 98 prosenttia sen saaneista vartijoista. Sosiaali- ja terveysalalla 70 prosenttia vartijoista työskentelee yksin, joten tilaisuus haasteiden käsittelyyn oli ter- vetullut. Kyselyistä ilmeni, että eniten kaivattaisiin ohjeistusta lainsäädännöllisiin asioihin: mitä saa tehdä ja mitä ei. Valmennuksissa käytiin läpi myös konkreettisia tilanteita.

Kuopion yliopistollisen sairaalan sairaalavartijana ja vartijoiden esimiehenä toimiva **Kimmo Tolonen** osallistui hankkeeseen aktiivisesti.

”Kuuluin työryhmän lisäksi myös ohjausryhmään. Työryhmässä edustin saira-

Hankkeen lopussa yllätyin itsekini siitä, miten paljon kaikenlaista materiaalia ja työkaluja olimme saaneet aikaan.



lassa työskenteleviä vartioijoita. Työskentely oli hauskaa, haastavaa ja kehittävä. Samalla sain tilaisuuden kehittää myös itseäni. Seminaareissa minäkin pidin puheenvuoroja asiakkaille, yhteistyökumppaneille sekä muille vartiojoille. Hankeen lopussa yllätyin itsekini siitä, miten paljon kaikenlaista materiaalia ja työkaluja olimme saaneet aikaan.”

Häntä miellytti erityisesti sairaalavartijan osaamisprofiilin luominen sekä valmennusohjelman suunnittelu.

”Sairaalavartija-moduuli puuttuu vielä oppilaitoksilta, jotka kouluttavat vartiojoita. Tämän lisääminen esimerkiksi ammattitutkintoon antaisi enemmän valmiuksia toimia vartijana eri terveydenhuollon toimipisteissä” hän sanoo

TARJOUSPYYNTÖIHIN SAATIIN SELVYYTTÄ

Asiakkaat toivoivat apua erityisesti tarjouspyyntöjen laatimiseen. Huomattiin, etteivät asiakkaat ja palveluntarjoajat aina tarkoittaneet samoja asioita samoilla termeillä. Toisaalta asiakkaat saattoivat tuntea huonosti turvallisuusalan työehtosopimuksia.

Asian korjaamiseksi kehitettiin alan turvallisuussanasto, joka on kaikkien saatavil-

Haluaisimme, että kilpailijatkin lähtisivät mukaan kilpailemaan palvelun laadulla.

la Suomen sairaalatekniikan yhdistyksen SSTY:n sivuilla. Sieltä löytyy myös kattava tukipaketti tarjouspyynnön laatimiseen ja arviointiin sekä lomakepohja työntekijän osaamisen arviointiin.

Laadittu materiaali antaa työkaluja myös turvallisuuspalveluiden kilpailuttamiseen. Salonen korostaa avoimuuden tärkeyttä tulevaisuuden työnteon sujumuuden kannalta:

”Hankkeen loppuseminariin saapui myös kilpailijoita. Haluaisimme, että kilpailijatkin lähtisivät mukaan kilpailemaan palvelun laadulla.”

SAIRAUSPOISSAOLLOT VÄHENIVÄT MERKITTÄVÄSTI

”Hanke ei jäänyt pelkäksi juhlapuheeksi, vaan saatiin aikaan konkreettisia tuloksia. Henkilöstön sairauspoissaolot vähenivät 17 prosenttia, vaikka toiminta sektorilla laajeni hankkeen aikana. Myös asiakkaat ovat ilmaisseet tyytyväisyytensä”, Salonen kertoo.

STOP-hanke päättyi helmikuussa 2011. Kehitystyötä jatketaan esimiehille suunnatussa erikoistumiskoulutuksessa STAR-Tissa, joka alkaa tammikuun alussa.

Securitas Oy:llä on meneillään myös toinen Tekesin rahoittama työorganisaati-

on kehittämishanke. Yrityksille räätälöityjä turvallisuusratkaisuja tarjoava Securitas Mobile Patrol Services -osasto keskittyy vuonna 2010 alkaneessa hankkeessa esimiestyön kehittämiseen. Tarkoituksena on kehittää työntekijöiden hyvinvointia uuden johtamismallin avulla. ■

SAIRAALAN VARTIJAN TYÖ MUUTOKSESSA

Sairaalassa tarvitaan turvallisuusalan henkilöstöä esimerkiksi potilaiden rauhoitteluun, häiritsevästi käyttäytyvien saattajien poistamiseen ja henkilökunnan työn turvaamiseen sekä mahdollisia rikos- tai tulipalotilanteita varten. Tulevaisuudessa toimenkuva laajentuu ja samalla terveydenhuollon organisaatiot käyvät läpi rakennemuutoksia. Palveluiden tarve kasvaa ja muuttuu koko ajan, ja vartijan tehtäviä laajimmat toimivaltuudet voivat olla joissakin tilanteissa tarpeen.

Galileo-paikannussatelliitit avaruuteen suomalaisteknologialla varustettuna

EUROOPAN AVARUUSJÄRJESTÖ ESA ON LAUKAISSUT KAKSI ENSIMMÄISTÄ GALILEO-PAIKANNUSSATELLIITIA RADALLEEN. MOLEMMISSA SUOMALAISSAAMINEN ON MERKITTÄVÄSSÄ ASEMASSA.

Galileo on EU:n ja ESan yhdessä johtama ja rahoittama hanke eurooppalaisen satelliittipaikannusjärjestelmän luomiseksi yhdysvaltalaisen GPS:n ja venäläisen GLO-NASSin rinnalle.

Galileon on tarkoitus olla täydessä toiminnassa vuonna 2020, jolloin se koostuu kaikkiaan 30 satelliitista. Seuraavien kahden satelliitin laukaisu on suunniteltu kesälle 2012.

Ensimmäisissä satelliiteissa suomalainen osaaminen on tärkeässä osassa. Järjestelmän päämaa-asemien ohjelmistoja toimittivat espoolainen Space Systems Finland ja CapGemini sekä CCC Group Oulusta. Patria suunnitteli ja rakensi satelliittien elektroniikkaa.

Satelliittipaikannuksen sovellukset ovat viimeisen kymmenen vuoden aikana laajen-



KUVA: LEHTIKUVA / REUTERS/ESA

tuneet autopaikannuksesta mm. matkapuhelimiin, turvallisuuteen ja liikuntaan.

Tekes koordinoi Suomen avaruustoimintaa ja rahoittaa paikannussovelluksia erityisesti pk-yritysten projekteissa.

Venäläinen Sojuz-kantoraketti laukaistiin Galileo-paikannussatelliittien kanssa avaruuteen 21.10. Ranskan Guyanasta.

 www.avaruus.info




KUVA: ISTOCKPHOTO

Hyvä hankintastrategia kannattaa

Hankintatoimen prosessien tehostaminen koetaan tärkeäksi yritysten hankintatoimen käytännön tilaa selvittäneen kyselytutkimuksen mukaan. Hankintaosaaminen on selvä kilpailukyvyn lähde. Yritysjohto ei kuitenkaan näe hankintoja samanaarvoisena muiden strategisten toimintojen kanssa. Alalle toivotaan myös lisää koulutusta.

Tutkimus toteutettiin osana Tekesin Tuotantokonseptit-ohjelmassa, ja siihen osallistui 365 suurinta suomalaista yritystä yhdeksältä eri toimialalta. Hankintojen osuus näiden yritysten liikevaihdosta oli yli 60 prosenttia lähes puolella yrityksistä. Tutkimuksen toteuttivat Lappeenrannan teknillinen yliopisto yhteistyössä Suomen Logistiikkayhdistyksen kanssa.

 www.hankintatoimi.fi

Maija Korhonen laittaa itsensä peliin organisaatioiden kehittämisessä

KUVA: SUSANNA LEHTO

TKL MAIJA KORHONEN ON ALOITTANUT TEKESISSÄ TYÖT ASIAANTUNTIJANA TYÖELÄMÄN INNOVAATIOT JA KEHITTÄMINEN -OSAAMISALUEELLA. MAIJA TYÖSKENTELEE ETELÄ-SAVON ELY-KESKUKSESSA MIKKELISSÄ. AIKAISEMMIN HÄN ON TYÖSKENNELLYT SEKÄ TUTKIMUSTYÖSSÄ ETTÄ KEHITTÄMIS- JA JOHTOTEHTÄVISSÄ PK-YRITYKSISSÄ.

Työorganisaatioiden kehittämisen rahoituksella Tekes edistää työelämäinnovaatioiden syntymistä suomalaisilla työpaikoilla. Maija Korhonen toimii rahoituksen yhteyshenkilönä Etelä-Savon alueella.

Mitä tehtäviisi kuuluu Tekesissä?

”Tehtävänäni on työpaikkojen tietoisuuden lisääminen työelämän laadun ja tuottavuuden kysymyksistä sekä aktivoiminen työelämän kehittämiseen.”

Miksi juuri työelämän innovaatiot ja kehittäminen?

”Kehittäminen ja ongelmien ratkaiseminen sytyttävät – mitä haasteellisempaa, sen mielenkiintoisempaa. Motivoidun siitä, että asiat kehittyvät ja menevät eteenpäin. Lisäksi pidän asiakastyöstä ja tässä tehtävässä voin yhdistää nämä sekä käytännön yritystoiminnan tuntemuksen ja voinkin sanoa tekeväni unelmahommaa tällä hetkellä.”

”Työelämän innovaatiot ovat muutoksia työpaikan työskentelykäytännöissä, organisaatioissa ja johtamiskäytännöissä. Ne parantavat sekä tuottavuutta että työelämän laatua. Osaava ja innovatiivinen työyhteisö on menestyksen kasvualusta. Se kykenee toimimaan tämän päivän jatkuvassa muutosten virrassa ja hyödyntämään toimintaympäristön tuomia uusia mahdollisuuksia.”

”Työelämän kehittäminen yhdistetään herkästi vain työhyvinvointiin. Kysymys on kuitenkin kokonaisuudesta, jossa hyvä työelämän laatu näkyy asiakkaille korkeana tuotteiden tai palveluiden laatuina ja niiden saatavuuden parantumisena sekä asiointin helpottumisena. Työelämän laatu näkyy henkilöstölle hyvänä työympäristönä, kehittymismahdollisuutena ja työssä viihtymisenä sekä yritykselle menestymisenä ja kilpailukykyä.”

Mitä töitä olet tehnyt aikaisemmin?

Olen toiminut aikaisemmin tutkijana Teknillisessä korkeakoulussa Tekesin projekteissa, projektipäällikkönä patenttiprojektissa sekä erilaisissa kehittämis- ja johtamistehtävissä pk-yrityksissä. Suomen tyttö- ja naisjalkapallo on ja on aina ollut lähellä sydäntäni, joten luottamustoimia ja vapaaehtoistyökokemusta on kertynyt niin joukkue-, seura-, piiri- kuin liittotasoltakin.



KM **Johanna Mäki** on nimitetty määräaikaiseksi HR-asiantuntijaksi henkilöstöpalvelutyksikköön.



FM **Gatja Tiisanen** on nimitetty määräaikaiseksi teknologia-asiantuntijaksi Hämeen ELY-keskuksen Innovaatiot ja kansainvälinen viestintä -yksikköön. Gatjan Tekes-yksikkö on bio- ja terveysteknologiat ja liiketoiminta-alue on bio-, lääke ja elintarviketuotanto.



Esko Ala-Myllymäki on nimitetty määräaikaiseksi teknologia-asiantuntijaksi Pohjanmaan ELY-keskuksen Innovaatiot -yksikköön. Eskon Tekes-yksikkö on palveluinnovaatiot ja liiketoiminta-alueet ovat energia ja ympäristö sekä metalli ja kappalevalmistus.

näköalat

Näköalat-lehti ilmestyy neljä kertaa vuodessa. Seuraava numero ilmestyy 24.2.2012.

Lehdessä olevia tietoja lainattaessa on lähde mainittava.

Tilaukset, osoitteenmuutokset, tilausten peruutukset ja palaute: nakoalat@tekes.fi.

Maksuttoman lehden ja muita Tekesin julkaisuja voi tilata myös osoitteesta: www.tekes.fi/julkaisut.



Tekes – teknologian ja innovaatioiden kehittämiskeskus

Kyllikinportti 2, Länsi-Pasila
PL 69, 00101 HELSINKI

www.tekes.fi



Tekes on myös Facebookissa

Virallinen posti: kirjaamo@tekes.fi
Henkilöstön sähköpostiosoitteet ovat muotoa etunimi.sukunimi@tekes.fi

Vaihe 010 191 480, arkisin 8–16.15
(09) 694 9196

Hakemuspalvelun ja verkkoasioinnin tuki:
puh. 010 60 55051, arkisin klo 9–16

Uusien asiakkaiden neuvonta:
puh. 010 60 55052, arkisin klo 9–16

Sähköinen rahoitustunnustelupalvelu:
www.tekes.fi/tunnustelu

Ulkomaan yksiköt

Yhteystiedot: www.tekes.fi/yhteystiedot

Belgia EU-yhteystoimisto, Bryssel

Japani Tokio

Kiina Peking
Shanghai

USA Piilaakso
Washington, D.C.



Elinkeino-, liikenne- ja ympäristökeskus

Elinkeino-, liikenne- ja ympäristökeskusten (ELY) Innovaatiot ja kansainvälistyvä liiketoiminta -yksiköt tarjoavat Tekesin palveluja osana Tekesin verkostoa.

Etelä-Savon ELY-keskus

Innovaatiot ja yritysrahoitus
Mikonkatu 5
PL 164, 50101 Mikkeli
Puh. 020 63 60120

Etelä-Pohjanmaan ELY-keskus

Innovaatiot ja kansainvälistyvä liiketoiminta
Alvar Aallon katu 8
PL 156, 60101 Seinäjoki
Puh. 020 63 60030

Hämeen ELY-keskus

Innovaatiot ja kansainvälistyvä liiketoiminta -yksikkö
Kirkkokatu 12
PL 29, 15141 Lahti
Puh. 020 63 60130

Kaakkois-Suomen ELY-keskus

Innovaatiot ja kansainvälistyvä liiketoiminta
Kauppakatu 40 D
53100 Lappeenranta
Puh. 010 60 60090

Kainuun ELY-keskus

Innovaatiot ja kansainvälistyvä liiketoiminta
Kalliokatu 4
PL 115, 87101 Kajaani
Puh. 020 63 60100

Keski-Suomen ELY-keskus

Innovaatiot ja kansainvälistyvä liiketoiminta
Cygnaeuskenkatu 1
PL 44, 40101 Jyväskylä
Puh. 020 63 60040

Lapin ELY-keskus

Innovaatiot ja kansainvälistyvä liiketoiminta
Ruokasenkatu 2
PL 8060, 96101 Rovaniemi
Puh. 020 63 60010

Lapin ELY-keskus

Kemin palvelupiste
Asemakatu 19
94100 Kemi
Puh. 020 63 60010

Pirkanmaan ELY-keskus

Innovaatiot ja kansainvälistyvä liiketoiminta
Pellavatehtaankatu 25
PL 297, 33101 Tampere
Puh. 020 63 60050

Pohjanmaan ELY-keskus

Innovaatiot ja kansainvälistyvä liiketoiminta
Hovioikeudenpuistikko 19 A
PL 131, 65101 Vaasa
Puh. 020 63 60140

Pohjanmaan ELY-keskus

Kokkolan palvelupiste
Ristirannankatu 1
PL 240, 67101 Kokkola
Puh. 020 63 60140

Pohjois-Karjalan ELY-keskus

Innovaatiot ja kansainvälistyvä liiketoiminta
Kauppakatu 40 B
PL 69, 80101 Joensuu
Puh. 020 63 60110

Pohjois-Pohjanmaan ELY-keskus

Innovaatiot ja kansainvälistyvä liiketoiminta
Viestikatu 1
PL 86, 90101 Oulu
Puh. 020 63 60020

Pohjois-Savon ELY-keskus

Innovaatiot ja kansainvälistyvä liiketoiminta
Viestikatu 1
PL 2000, 70101 Kuopio
Puh. 020 63 60080

Satakunnan ELY-keskus

Innovaatiot ja kansainvälistyvä liiketoiminta
Valtakatu 12
PL 266, 28101 Pori
Puh. 020 63 60150

Uudenmaan ELY-keskus

Maistraatinportti 2
PL 15, 00241 Helsinki
Puh. vaihe 020 63 60070

Varsinais-Suomen ELY-keskus

Innovaatiot ja yritysrahoitus
Ratapihankatu 36
PL 236, 20101 Turku
Puh. 020 63 60060

Näin autamme yrityksiä

Tekes jakaa kehitystoimintaan liittyviä riskejä. Yrityksesi voi toteuttaa projektin laajempaan, haasteellisempaan ja nopeammin Tekesin rahoituksen avulla. Tekes rahoittaa tuotteiden, palvelujen, prosessien, liiketoimintaosaamisen, palvelumallien, organisaatorakenteiden ja työelämän kehittämistä. Tekesin asiantuntijoilta saat apua idean arviointiin ja jalostamiseen. He neuvovat myös muiden rahoituskanavien käytössä ja tarjoavat mahdollisuuksia kansainväliseen yhteistyöhön. Kaikki yhteydenotot ovat luottamuksellisia.

 www.tekes.fi



Kasva ja kansainvälisty



KUVA: ISTOCKPHOTO



Tarvitsetko rahoitusta, valmennusta tai verkostoja?

Asiantuntija etsii yrityksellesi parhaat kontaktit julkisesta palveluverkostosta.

Tekes kumppaneineen on luonut kanavan, jossa jokaiselle yritykselle annetaan mittatilaustyönä neuvoja etenemisestä.

Yrittäjä, kun kansainvälinen kasvu on ajankohtaista, hae Kasvuväylään www.kasvuvayla.fi