

Milla Mäkinen

## **Viestinnänkehittäminen kilpailujen ja oppilaitosten välillä**

Opiskelijakilpailusta kansainvälisesti viestiminen oppilaitosten kanssa

## **Viestinnänkehittäminen kilpailujen ja oppilaitosten välillä**

Opiskelijakilpailusta kansainvälisesti viestiminen oppilaitosten kanssa

Milla Mäkinen  
Opinnäytetyö  
Syksy 2023  
Liiketalous  
Oulun ammattikorkeakoulu

## TIIVISTELMÄ

Oulun ammattikorkeakoulu  
Liiketalous, Esimiestyö ja henkilöstöosaaminen

---

Tekijä(t): Milla Mäkinen  
Opinnäytetyön nimi: Kehittämistehtävä: Ace Lagoon Oy  
Työn ohjaaja(t): Pia Puustjärvi  
Työn valmistuslukukausi ja -vuosi: Syksy 2023                      Sivumäärä: 31 + 1 liitettä

---

Toimeksiantaja opinnäytetyölle oli Ace Lagoon Oy, joka organisoi pelinkehityksen maailmanmestaruuskilpailua The Game Development World Championshipiä (GDWC). Se on aloittaville ja pienille pelinkehittäjille eli indie-pelinkehittäjille tarkoitettu vuosittainen kilpailu. Aihe oli rajattu opiskelijoille suunnattuun kategoriaan, joka kulki nimellä Student Game Award. Kehityskysymyksenä oli; miten oppilaitoksia saadaan innostumaan ja ilmoittamaan heidän opiskelijoitansa mukaan kilpailuun. Kehitystehtävän tarkoituksena oli kartoittaa oppilaitosten ja opiskelijoiden tarpeet, ymmärtää ja fokusoida, ideoida ja testata, priorisoida ja kehittää, sekä valmistaa toteutussuunnitelma vuodelle 2022.

Kehitystehtävän teoreettisena viitekehyksenä käytettiin palvelumuotoilun prosessia sekä tutkimisessa ja analysoinnissa käytettiin palvelumuotoilun työkaluja. Kehitystehtävä aloitettiin kehittämissaasteesta, tavoitteista ja valmiudesta. Lähtökohta-analyysissä tarkasteltiin GDWC:n ja Student Game Awardin historiaa, nykytilannetta, potentiaalia, nykyistä palvelupolkua, asiakasymmärrystä ja tulevaisuutta. Lähtökohta-analyysin perusteella valittiin suunnitteluveturit eli fokusoiittiin ja testattiin uusia ideoita niihin.

Opinnäytetyön tavoitteena ollut toimintasuunnitelma saatiin valmiiksi. Siinä viestintä jaettiin erikseen eri kohderyhmiin; oppilaitosten johdolle, opettajille ja opiskelijoille. Suunnitelmassa on ajoitettu jokainen viesti, mainos ja huomioon otettavat seikat kuten kansainväliset pyhät ja lomat. Myös kilpailun rakennetta muutettiin siten, että osallistujat saataisiin helpommin ja nopeammin viestintäketjuun mukaan.

Haluan opinnäytteen avulla kehittää palvelumuotoilun taitojani. Työskentelin Ace Lagoonissa, ja olen alusta asti ollut luomassa tätä opiskelijakategoriaa. Haluan opinnäytetyöllä edistää tätä projektia ja tuoda esille tekemääni työtä yrityksessä. Näen palvelumuotoilun erittäin tärkeänä taitona esimiestyössä. Sen lisäksi, että opinnäytetyö on erittäin hyödyllinen kilpailulle, auttaa se myös minua tulevaisuudessa osoittamaan taitojani ja osaamistani.

---

Asiasanat: Liiketaloustiede, Yhteiskuntatieteet, mediaviestintä ja sosiokulttuurallinen viestintä.

## ABSTRACT

Oulu University of Applied Sciences  
Degree Programme in Business, Option of Management and HR

---

Author(s): Milla Mäkinen  
Title of thesis: Business Development  
Supervisor(s): Pia Puustjärvi  
Term and year when the thesis was submitted: Autumn 2023  
Number of pages: e.g. 31 + 1 appendices

---

The client for the thesis was Ace Lagoon Oy, which organizes The Game Development World Championship (GDWC). It is an annual competition intended for beginners and small game developers, i.e. indie game developers. The topic was limited to a category aimed at students, which went by the name Student Game Award. The development question was; how to get educational institutions excited and enter their students in the competition. The purpose of the development task was to map the needs of educational institutions and students, understand and focus, ideate and test, prioritize and develop, and prepare an implementation plan for the year 2022.

The service design process was used as the theoretical reference framework for the development task, and service design tools were used in the research and analysis. The development task was started with the development challenge, goals and readiness. The baseline analysis examined the history, current situation, potential, current service path, customer understanding and future of GDWC and Student Game Award. Based on the starting point analysis, the design locomotives were selected, i.e. new ideas were focused and tested on them.

The action plan that was the goal of the thesis was completed. In it, the communication was distributed separately to different target groups; for the management of educational institutions, teachers and students. Every message, advertisement and factors to be taken into account such as international holidays and holidays are scheduled in the plan. The structure of the competition was also changed in such a way that participants could be included in the communication chain more easily and quickly.

I want to develop my service design skills with the help of this thesis. I worked at Ace Lagoon, and I've been creating a student category since the beginning. With my thesis, I want to promote this project and my work in the company. I see service design as a very important skill in my managerial work. In addition to the fact that the thesis is very useful the future of this competition, it will also help me to demonstrate my skills and competence in the future.

---

Keywords: Business and management, Social Science, Media and communications

# SISÄLLYS

1	JOHDANTO .....	6
2	KEHITYSTEHTÄVÄ.....	8
2.1	Kehittämiskohde.....	8
2.2	Kehitystarpeet ja tavoitteet .....	9
2.3	Tarvittavan muutoksen tunnistaminen .....	9
3	PALVELUMUOTOILUAJATTELU.....	10
4	KÄYTETYT MENETELMÄT.....	13
4.1	Tutki .....	13
4.1.1	Vaiheen toteutus .....	13
4.1.1.1	Makroympäristö (PESTEL) .....	16
4.1.1.2	SWOT .....	17
4.1.1.1	Haastattelut.....	18
4.1.2	Vaiheen johtopäätökset.....	19
4.2	Määrittele.....	21
4.2.1	Vaiheen toteutus .....	21
4.2.1.1	Asiakaspolku.....	21
4.2.1.2	Suunnitteluveturit .....	22
4.2.2	Vaiheen johtopäätökset.....	23
4.3	Kehitä.....	24
4.3.1	Vaiheen toteutus .....	24
4.3.1.1	Kurssi prototyyppi .....	25
4.3.2	Vaiheen johtopäätökset.....	27
4.4	Toteuta .....	28
4.4.1	Vaiheen toteutus .....	28
4.4.1.1	Toteutussuunnitelma.....	29
4.4.2	Vaiheen johtopäätökset.....	30
5	TULOKSET JA JOHTAPÄÄTÖKSET .....	32
6	POHDINTA.....	34
	LÄHTEET.....	36
	LIITTEET .....	38

# 1 JOHDANTO

Toimeksiantaja Ace Lagoon järjestää kansainvälistä, vuosittaista pelinkehityskilpailua nimeltä The Game Development World Championship (GDWC). Se on pienille ja aloittavilla pelinkehittäjälle ja studiolle tarkoitettu kilpailun, johon voi ilmoittaa julkaisemattomia tai kilpailukauden aikana julkaistuja pelejä kilpailemaan palkintosijoista. Alan ammattilaisista koostuva tuomaristo arvioi pelit ja valitsee voittajat. GDWC aloitti pienen mittakaavan tapahtumana vuonna 2012, mutta nykyisessä muodossaan se on ollut olemassa vuodesta 2016 lähtien. Ace Lagoonista tuli kilpailunjärjestäjä vuonna 2020. GDWC:ssä on monia eri kategorioita, esimerkiksi Pro-kategoria kaupallisille peleille ja Mobile-kategoria mobiilipeleille. Kategoriat eivät aina sulje toisiaan pois, vaan osallistujat voivat osallistua useaan eri kategoriaan. Vuonna 2021 ilmoittautuminen alkoi vuoden alusta ja loppui vuoden viimeisenä päivänä.

Syksyllä 2021 GDWC ja uusi yhteistyökumppani X aloittivat yhteistyön ja loivat kilpailulle opiskelijakategorian nimeltä Student Game Award. Se on tarkoitettu kaikille opiskelijoille, miltä tahansa alalta ja koulutusasteelta. Kriteerinä on, että osallistuja opiskelee oppilaitoksessa tai on 2021 vuonna valmistunut.

Aiheena on tehdä toteutussuunnitelma vuodelle 2022, jolloin kilpailun uusi kausi ja Student Game Award alkaa uudelleen. Kehitystehtävä/-kysymys on, miten saadaan oppilaitokset kannustamaan tai ilmoittamaan opiskelijoita kilpailuun. Tutkin opinnäytetyössä opiskelijakategorian nykytilannetta, 2021 vuoden osallistujatietoja ja oppilaitosten toimintaa mukaan lukien sisäistä viestintää, sekä eri maiden kulttuurillisia eroja. Tuloksena pitäisi rakentua toimintasuunnitelma, sekä johtopäätöksiä.

Viestintä taktiikkana opiskelijoihin on otettu yhteyttä oppilaitosten, mutta myös opiskelijajärjestöjen kautta. Näiden organisaatioiden toiminta on hidasta ja byrokraattista, mikä luo haasteita. Tiedon siirtyminen opiskelijoille riippuu täysin oppilaitoksista. Opinnäytetyössä halutaan tarkastella mitkä tekijät voivat innostaa oppilaitoksia jakamaan tietoa kilpailusta opiskelijoille tai estää heitä jakamasta tietoa.

Tutkimuksessa hyödynnetään kvalitatiivisia eli laadullisia tutkimusmenetelmiä. Tutkimuksen aikana aiotaan käyttää haastatteluja ja kirjalliahteita. Tiedonkeruumenetelmiin kuuluu myös syksyllä 2021 käydyt taustakeskustelut, havainnot, kirjalliahteet, osallistujatiedot ja palaute.

Valitsin aiheen, sillä se oli ajankohtainen ja hyödyllinen työssäni. Vastaavia tutkimuksia ei ole ja suurin osa tiedosta pitää kerätä itse. Aihe on vaativa, mutta koska olen jo käsitellyt sitä työtehtävissäni, on kehitystehtävä mahdollista suorittaa. Opinnäytetyö voi olla mielenkiintoinen lukijoille, jotka keräävät tietoa opiskelijoiden ja oppilaitosten kanssa viestinnästä. Tutkimusta voi olla hankala hyödyntää muissa tilanteissa kuin kilpailun markkinoinnissa.

Tietopohjaksi valitsin palvelumuotoilun prosessin. Opinnäytetyössä käytetään tunnettua palvelumuotoilun prosessimallia tuplatimanttia. Ideana on kehitystyön aikana hioutuvassa kahdessa timantissa. Ensimmäinen timantti muodostuu ratkaistavan ongelman ymmärtämisestä, johon sisältyy asiakasymmärryksen kerääminen ja sen kiteyttäminen ja toinen timantti sisältää ratkaisun kehittämisen.

## 2 KEHITYSTEHTÄVÄ

Palvelumuotoilun teorian mukaisesti tässä luvussa kartoitetaan kehitystarpeet, tavoitteet ja valmiudet. Kehityskysymyksenä on, kuinka oppilaitoksia saadaan innostumaan ja ilmoittamaan heidän opiskelijoitansa mukaan kilpailuun. Tavoitteena on tunnettavuuden ja yhteistyön lisääminen sekä kehittää yhteydenottoa oppilaitoksiin.

Kehitystarpeiden tunnistamisessa on aluksi olennaista rajata kehittämiskohde ja siihen liittyvät tekijät. Käyn läpi mitä ja minkälaista projektia tai ohjelmaa lähdetään valmistelemaan ja miksi. Luvussa on myös käyty projektin nykytila ja tarvittavan muutoksen tunnistaminen.

### 2.1 Kehittämiskohde

Kehityskohteena on Student Game Award, joka on Ace Lagoonin ja heidän yhteistyökumppaninsa kanssa luotu GDWC:n kategoria opiskelijoille. GDWC on ennen vuotta 2016 toiminut opiskelijakilpailuna, mutta sen jälkeen kilpailussa ei ole ollut erillisiä kategorioita opiskelijoita varten. Student Game Award sai alkunsa 2021 syksyllä.

Jotta voi osallistua Student Game Awardiin tulee osallistujan olla jonkin oppilaitoksen opiskelija tai samana vuonna valmistunut. Kategorialla halutaan tavoittaa eri alojen opiskelijoita ja innostaa opiskelijoita yleisesti harrastamaan pelinkehitystä. Osallistuvan pelin tulee olla julkaisematon tai samana vuonna julkaistu peli, mikä on sama sääntö kuin kaikissa GDWC:n kategorioissa. Vaikka yhteistyökumppani on 3D työkalujen valmistaja, ei peleille ole annettu muita rajoituksia, kuin että niiden kuuluu olla digitaalisia. Kuitenkaan kaupallisella projektilla ei voi osallistua kategoriaan.

Yhteydenotto oppilaitoksiin on tapahtunut sähköpostin avulla, jonka jälkeen he ovat voineet lähettäneet viestin eteenpäin opiskelijoille. Ace Lagoonilla ei ole ollut työkaluja tutkia, kuinka onnistuneesti oppilaitokset ovat jakaneet tietoa Student Game Awardista opiskelijoille. Viestinnässä käytetään englantia tai suomea. 2021 syksyllä oppilaitokset saivat viestin, jossa heille annettiin lyhyt esitelmä tapahtumasta, sekä opiskelijoille suunniteltu esite, mitä he pystyivät jakamaan. Materiaalit pystyivät tulostamaan, mutta ne eivät olleet ideaaleja sosiaaliseen mediaan. Opettajat lähettivät ilmoituksia tapahtumasta opiskelijoille sähköpostilla, some julkaisuina, koulujen verkkosivuille tai



pitämällä videopuhelua missä Ace Lagoon tuli esittelemään Student Game Awardia. Oppilaitoksille ei voitu maksaa kilpailun markkinoinnista ja vain pieni marginaali pyysi tätä. Myös opiskelijajärjestöjä lähestyttiin, mutta vastauksia tuli todella vähän.

Vaikka Ace Lagoon haluaisi tavoittaa eri opiskelijoita kaikilta aloilta, suurin osa osallistujista opiskelee pelinkehitystä. Kuitenkin mukana on kilpailijoita esimerkiksi tietojenkäsittelyn puolelta, jossa ei välttämättä opeteta puhtaasti pelinkehitystä, mutta heillä on paljon taitoja, joita hyödynnetään pelinkehityksessä. Kolmas iso potentiaalinen ryhmä ovat taidealan opiskelijat, sillä myös artistit ja pelisuunnittelijat tekevät omia pelejä.

## **2.2 Kehitystarpeet ja tavoitteet**

Kehityskysymys on, miten saada oppilaitokset kannustamaan tai ilmoittamaan opiskelijoita kilpailuun. Student Game Awardiin voi osallistua vain opiskelijat, joten varma tapa ottaa heihin yhteyttä on oppilaitosten kautta. Tavoitteena on saada opettajat innostumaan tapahtumasta ja kertomaan siitä eteenpäin opiskelijoille sekä saada heidät ilmoittamaan opiskelijoiden kursseilla tekemiä pelejä mukaan kilpailuun. Strategiassa on myös paljon etua, sillä kun suositus osallistua tulee koululta, voidaan se nähdä merkittävämpänä ja luotettavampana.

Oppilaitoksia tulee informoida tapahtumasta ja antaa heille välineitä, joilla he pystyvät helposti jakamaan informaatiota eteenpäin opiskelijoille. Strategiana on ollut lähestyä mahdollisimman monia eri oppilaitosta, mahdollisimman monesta maasta. Eurooppalaiset oppilaitokset ovat olleet kaikista aktiivisimpia vastaamaan takaisin, mutta kuitenkin kisaan on osallistunut opiskelijoita ympäri maailmaa. Kaikki tämä näkyy kerätyissä osallistujatiedoissa.

## **2.3 Tarvittavan muutoksen tunnistaminen**

Selviä ongelmakohtia on opiskelijoiden kannalta, että kilpailuun osallistuminen päättyy vuoden viimeinen päivä niin kuin muissa kategorioissa, mutta tämä ei ollut ideaali opiskelijoiden ja oppilaitoksien kannalta. Kouluvuosi alkaa syksyllä ja loppuu keväällä, joten suuri osa opiskelijoiden töistä valmistuu vasta keväällä. Kilpailuun voi osallistua kesken eräisellä pelillä, kunhan sitä vain voi pelata. Keväällä valmistuneet opiskelijat pystyvät osallistumaan kevään lopputöillä mukaan kategoriaan.

### 3 PALVELUMUOTOILUAJATTELU

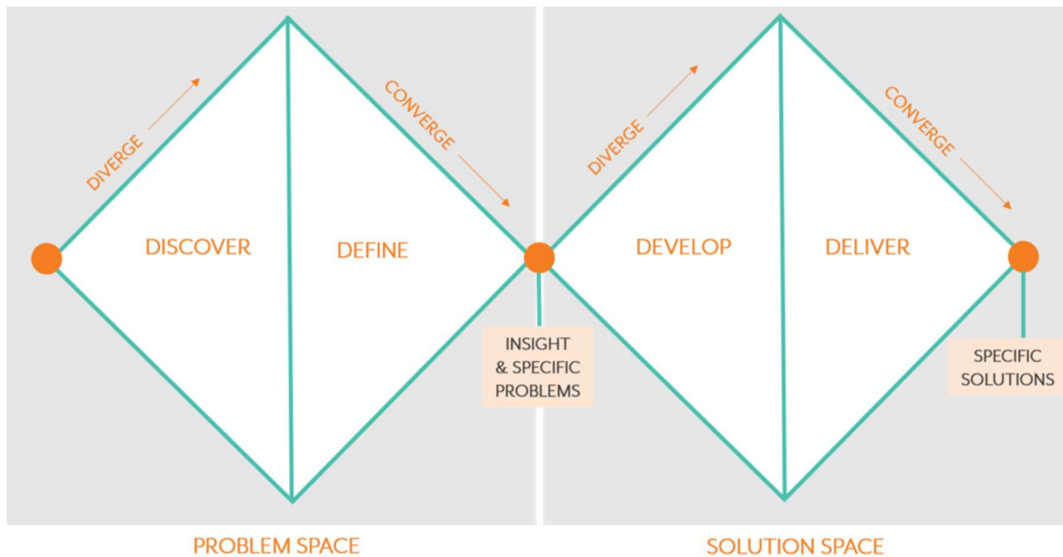
Palvelumuotoilu on tärkeää niin ekonomisesta kuin sosiaalisesta näkökulmasta. Taloudellisesti erityisen kehittyneissä maissa yli 60 % kansallinen tulo perustuu palvelualoista. Se tarkoittaa, että palvelumuotoilun osaamista tarvitaan kipeästi. Sitä tarvitsee melkein jokainen talussektori, esimerkiksi julkinen liikenne, terveydenhuolto, media, kaupunkisuunnittelu, viestintä, pankki ja vakuutusyhtiöt, sekä ravintolat. (Mager 2020, 11.)

Palvelumuotoilu auttaa innovoimaan tai parantamaan olemassa olevia palveluja, jotta niistä tulee hyödyllisempiä asiakkaalle ja tehokkaammaksi yritykselle. Palvelusuunnittelu auttaa organisaatioita näkemään palvelunsa asiakkaidensa näkökulmasta. Se on lähestymistapa palveluiden suunnitteluun, joka tasapainottaa asiakkaan tarpeet yrityksen tarpeiden kanssa ja pyrkii luomaan saumattomia ja laadukkaita palvelukokemuksia. Sen tavoitteena on antaa organisaatiolle kokonaisvaltaisen ymmärryksen heidän palveluistaan, mikä mahdollistaa parannukset. (Stickdorn, Lawrence, Hormess & Schneider 2018, 18–19.)

Valitsin palvelumuotoilun, sillä se sopii täydellisesti kehityshaasteeseen. Kehityshaasteena on kehittää Ace Lagoonin viestintää GDWC:n opiskelijakategoriasta oppilaitoksien henkilökunnan kanssa, saada heidät innostumaan ja jakamaan tietoa eteenpäin opiskelijoille. Palvelumuotoilun ydin on ymmärtää asiakasta ja tekemään palvelusta paremman heille ymmärryksen avulla. On hyvin vaikea ymmärtää miten oppilaitoksien henkilökuntaa voi innostaa, jollei omaa siitä asiakasymmärrystä. Palvelumuotoilu auttaa myös luomaan uusia ideoita ja testaamaan niitä, ja kehityshaasteessa tavoite on löytää uusia ratkaisuja ja tehdä toimintasuunnitelma. Ace Lagoon hyötyy palvelumuotoilusta, sillä se tarjoaa syvällisen näkemyksen asiakkaiden tarpeisiin ja motiiveihin. Tämä antaa yrityksille mahdollisuuden kehittää houkuttelevia palveluita, jotka lisäävät asiakasuskollisuutta.

Palvelumuotoilua tarvitaan kaikkialla ja siksi se on myös tärkeää osaamista minulle. Oma tavoitteenani opinnäytetyön kannalta on kerryttää osaamista, sekä todistaa, että osaan myös käyttää tätä osaamista. Työskentelen Ace Lagoonissa, ja olen ollut alusta asti mukana luomassa opiskelijakategoriaa. Vasta opinnäytetyön aloitettua aloin keräämään tietoa palvelumuotoilujattelusta. Se on jo nyt avartanut näkökulmaani ja tuonut erilaisen lähestymistavan opiskelijakategoria projektiin.

Näen urani myös tulevaisuudessa esimies ja liiketoiminnankehittämis tehtävissä, ja tätä varten tarvitsen palvelumuotoilujattelua ja palvelumuotoilun työkalujen tuntemista. Myös huomasin vertaisarviojan kanssa, että hänkin on hakemassa ratkaisuja oppilaitosten kanssa viestimiseen. Aiheesta on vähän tutkimuksia ja tietoa yleisesti. Tämän opinnäytetyön voisi siis olla hyödyllinen myös jakamaan asiakasymmärrystä oppilaitoksista.



Kuvio 1: Palvelumuotoilun tuplatimantti-malli (Innanen 2018)

Opinnäytetyössä käytetään tuplatimanttia, mikä on yksi tunnetuimmista palvelumuotoilun menetelmistä. Tuplatimanttimalli kuvaa luovaan ongelmanratkaisuun kuuluvat divergentin ja konvergentin ajattelun. Divergenttivaiheessa etsitään mahdollisimman monta ratkaisuvaihtoehtoa ja konvergenttivaiheessa tietoa analysoidaan ja arvioidaan, jotta paras ratkaisu tai näkökulma löydetään. Palvelumuotoiluprosessi voidaan jakaa neljään päävaiheeseen, jotka ovat tutki, määrittele, kehitä ja toteuta. Tutki ja kehitä ovat divergenttivaiheita, ja määrittele ja toteuta ovat konvergenttivaiheita, joka on hahmotettu kuviossa 1 (Innanen 2018.) Tutki menetelmän tavoitteena on löytää ongelman ydin. Tässä vaiheessa tarkkaillaan ja kerätään asiakasymmärrystä, selvitetään projektin nykytila ja analysoidaan sitä, ja tutkitaan tietoperustaa, jonka avulla ymmärretään toimintaympäristöä paremmin. Tutkimuksessa on hyödynnetty markkinointisuunnitelman työkaluja. Niitä ovat muun muassa SWOT-analyysi, mikroympäristö ja PESTEL. Niiden avulla saadaan selville yleisemmin liiketoiminnan nykytilanne. Määrittele vaiheen teemana on haasteiden ymmärtäminen ja asiakasymmärryksen kasvattaminen, sekä tulkitseminen. Luvussa tarkennetaan ja rajataan aluetta. Tähän kuuluu

muun muassa käyttäjäymmärryksen muodostaminen, haasteiden tunnistaminen, tavoitteiden kir-  
kastaminen. Hyödynnän määrittele luvussa palvelumuotoilun työkalua, asiakaspolkua. Analysoin  
myös tarkemmin syksyllä 2021 kerättyjä käyttäjätietoja. Mukaan on myös otettu haastatteluja opet-  
tajien ja opiskelijoiden kanssa. Tarkoituksena on ammentaa asiakasymmärrystä niin oppilaitoksista  
kuin oppilaista. Kehitä osion tarkoituksena on tutkia lisää suunnitteluvetureita ja tuoda mukaan uu-  
sia ideoita ja näkökulmia. Kehittelin uuden asiakaspolun mikä tavoitellusti lisäisi viestintää oppilai-  
tosten ja opiskelijoiden kanssa. Toteuta vaiheen prioriteettina on markkinoinnin kehittäminen. Mi-  
ten, milloin ja mitä viestitään oppilaitoksille. Tärkeintä on, että kilpailun viestintä menee perille.  
Tässä osiossa kehitän asiakaspolkua kontaktoitavia oppilaitoksia varten.

## 4 KÄYTETYT MENETELMÄT

Käytetty menetelmä on palvelumuotoilu ja prosessin kautta tutkitaan neljää eri vaihetta. Ne vaiheet ovat tutki, määrittele, kehitä ja toteuta. Jokaisessa vaiheessa käsitellään mitä on tehty ja mitä tuloksia on saatu. Tutki vaiheessa on tehty toimintaympäristö ja lähtökohta-analyysi, jota varten on haastateltu ulkomaalaisia, sekä OAMKin Game Labin opiskelijoita ja opettajia. Määrittele vaiheessa on valittu suunnitteluveturit tutki vaiheen analyysien ja tavoitteiden pohjalta. Kehitä vaiheessa on kehitetty asiakaspolkua opiskelijoille, opettajille sekä heidän esimiehille, sekä suunniteltu prototyyppisiä eri suunnitteluvetureille. Toteuta vaiheessa on tehty Student Game Awardin markkinoinnin toteutussuunnitelma.

### 4.1 Tutki

#### 4.1.1 Vaiheen toteutus

Student Game Awardille on hankala tehdä huolellista lähtökohta-analyysiä, sillä kategoria on ollut mukana kilpailussa alle puoli vuotta. Vuoden 2021 loppuun mennessä kategoriaan osallistui yli kaksisataa peliä. 3 587 oppilaitokseen lähetettiin sähköpostilla yhteydenotto ja noin 7,5 % vastaanottajista vastasi positiivisesti. Tästä ei voi kuitenkaan päätellä, miten paljon yhteydenotot oppilaitosten kanssa vaikuttavat todelliseen osallistujamäärän. Student Game Award pilootista saatuja tilastoja ei ole tutkittu tai hyödynnetty lähes ollenkaan.

Järjestäessäni Student Game Awardia ja jutellessani silloin opiskelijoiden kanssa huomasin, että he ovat hyvin itsekriittisiä omista peleistään ja eivät aina hoksaa, että he voisivat yksinkertaisellakin pelillä osallistua kilpailuun. Kilpailu on hyödyllinen opiskelijoille, sillä he saavat kokemusta markkinoinnista, sekä mahdollisuuden käytännön kautta oppia pelinkehittämistä, sekä pelialasta. Heidän pelinsä saavat näkyvyyttä, jonka hankkiminen voi olla hankalaa aloittelijoille. Oppilaitoksille kilpailu on helppoa aktiviteettia, sillä Ace Lagoon voi tulla esittelemään virtuaalisesti kilpailua oppilaille koulupäivän aikana. Student Game Awardissa on paljon potentiaalia niin kategoriana, mutta myös markkinointivälineenä. Yhteistyökumppanit saavat kilpailun kautta lisää näkyvyyttä oppilaitoksissa niin henkilökunnan kuin opiskelijoidenkin keskuudessa. (Kulha, Jarkko 2022.) (Laurila, Elise 2022.) (Lepistö, Tomi 2022.)

Peliala on kasvussa koronapandemiasta huolimatta (Kulttuurisatelliitti, Tilastokeskus 2019) ja työvoimapula on suuri (Neogames selvitys 2016–2019). GDWC:n tapaisten kilpailujen kautta halutaan kasvattaa osaamista pelialalla ja niiden kautta voisi myös löytää osaajia. Student Game Awardin kautta voi suoraan vaikuttaa tulevaisuuden työntekijöihin. Vastaavasti työntekijät ja pienet tekijät osallistuvat kilpailuihin tietäen, että se edes auttaa heidän pärjäämistänsä työmarkkinoilla. GDWC:n kautta voi jopa saada julkaisijan tai muun yhteistyökumppanin kiinnostuksen. GDWC ja Student Game Award sopeutuvat hyvin markkinatilanteeseen.

GDWC 2022 tulee eroamaan edeltävistä vuosista, sillä luvassa on rakenteellisia muutoksia. Kilpailun keskeiset tavoitteet vaihtuvat osallistujalukujen kasvattamisesta pelien laadun kasvattamiseen. Tämä tehdään suodattamalla jo rekisteröitymisvaiheessa pelejä pois. Myös kategoriavalikoima vaihtuu. Miten Student Game Award tulee muuttumaan, ei ole vielä tiedossa.

Halusin tietää millaiset rakenteet ja käytännöt edesauttavat kulttuurien välisen viestinnän onnistumista. Ensimmäisenä on määriteltävä käsite kulttuuri. Kulttuurilla tarkoitetaan johdonmukaista, yhtenäistä ja suljettua kokonaisuutta. Kulttuuriin kuuluva henkilö omaa kulttuurin arvot, normit ja oletukset. Tämä tarkoittaa, että ihminen tulkitsee maailman tietyllä tavalla. Kulttuurin pinnalla näkee käyttäytymismalleja, vaatetusta, kieltä, tarinoita, symbolismia ja rituaaleja sekä riittejä. Kun kulttuurin avaa syvemmin tulee esille sen ydin, joka on kokoelma abstrakteja ja osittain tiedostamattomia olettamuksia, normeja, ideaaleja ja arvoja, jotka määrittävät pinnalle näkyvät elementit (Keisala, Katja 2012. Viitattu 06.12.2021).

Viestinnän vähäisyys ja ongelmat kulttuurien välillä johtuvat yleisesti kielivaikeuksista, mutta syynä voi olla myös osapuolten epävarmuus muun muassa kohteliaisuussäännöistä, sukupuolten välisistä suhteista, osapuolten rooleista ja käyttäytymisodotuksista. Jos henkilö on epävarma, häntä voi stressata ja pitää todennäköisemmin kiinni tutuista toimintatavoista (Keisala, Katja 2012. Viitattu 06.12.2021). Mukauttamalla omaa toimintaa henkilön kanssa viestiessä hänen kulttuuriinsa sopivaksi vähentää stressiä, epävarmuutta ja negatiivisia ajatuksia. Eri maiden toimintatapojen opiskelu tuo tähän helpotusta. Student Game Awardin on tarkoitus tavoittaa mahdollisimman moni opiskelija. Vähemmällä työllä pärjää, jos panostaa sellaisiin maihin, joiden kulttuuri on meille hyvin läheinen. Tämän ottaen huomioon ei ole yllättävää, että maista, joissa englannin kielentaso on huono ja kulttuuri on hyvin erilainen verrattuna Suomeen, vastattiin sähköposteihin huonosti.

Jos haastattelen oppilaitoksia eri maista ja kulttuureista sekä kielialueilta, saan laajan tietämyksen. Aihealueena on oppilaitosten sisäinen viestintä, joten haastattelen opettajia, ja muuta relevanttia henkilökuntaa oppilaitoksista. Käyn taustakeskustelua syksyn 2021 aikana erinäisten opettajien kanssa, jotka opettavat esimerkiksi Puolassa, Irlannissa, Yhdysvalloissa, Jamaikassa ja Omanissa.

Kysymysten avulla saada tietoa oppilaitosten sisäisestä viestinnästä, minkä roolin työntekijään tulisi ottaa yhteyttä ja miten yleisesti opiskelijoille jaetaan tietoa vastaavista tapahtumista sekä miten voidaan helpottaa prosessia. On erittäin tärkeä tietää kenelle kannattaa ottaa yhteyttä ja milloin. Lukuvuosi ei mene samaan tahtiin kilpailun kanssa. Ideaali aika ottaa yhteyttä opettajiin voisi olla juuri keväällä, kun opiskelijat ovat saaneet valmiiksi koulussa tehdyt projektit. Aloilla, joissa koodataan paljon, voi olla isompi määrä opiskelijaprojekteja kilpailuun valmiina. Voidaan myös muun muassa kysyä minkälaiset materiaalit sopivat oppilaitosten järjestelmälleen, esimerkiksi olisiko videoista tai sosiaalisen median materiaaleista apua.

Kiinnostavaa on myös kulttuurilliset elementit ja hierarkia oppilaitoksista. GDWC:llä on ollut hankaluuksia ottaa yhteyttä esimerkiksi aasialaisten, afrikkalaisten ja eteläamerikkalaisten oppilaitosten kanssa ja etenkin alueilla, joissa ei puhuta sujuvasti englantia, jolla ollaan heihin ottaneet yhteyttä. GDWC voi yrittää kääntää materiaalia eri kielille, mutta tässä pitää olla todella varovaisia. Mutta tässä tapauksessa ei pystytä vastaamaan takaisin tuleviin viesteihin elleivät ne ole englanniksi. Verkkosivusto on ainoastaan englanniksi, joten jos oppilas ei osaa englantia, on heidän mahdollonta osallistua. On siis harkittava, että keskitytäänkö vain alueisiin, joissa puhutaan suhteellisen hyvin englantia.

Tarkastelemme Ace Lagoonin mikroympäristöä, joka muodostuu lähiympäristön tekijöistä kuten kysyntä, kilpailutilanteesta, ja kumppaneista. Niihin yrityksen on osittain mahdollista vaikuttaa, ja siitä syystä ne ovat erityisen tärkeitä markkinoinnin lähtökohtina. (Bergström, Seija & Leppänen, Arja 2021, luku 2.) Student Game Awardin yhteistyökumppaneita ovat sponsorit, oppilaitokset ja oppilasjärjestöt. Kilpailulle on oppilaitoksissa kysyntää syystä, että se haastaa opiskelijoita käyttämään taitojaan käytännössä. He oppivat pelin tekemisestä, tiimityöskentelystä ja markkinoinnista. Kilpailun avulla he saavat kokemusta, palautetta ja hyviä yhteyksiä tulevaisuutta varten. Kilpailujen avulla voi auttaa opiskelijoita keskittymään paremmin opetettavaan aiheeseen. Haastattelujen perusteella opiskelijoita motivoisi opintopisteet, kontaktit työelämään ja palaute omasta suorituksesta. Opettajat ja ohjaajat saavat Student Game Awardista ilmaista ja helppoa toimintaa, sekä kunniaa,

jos opiskelijat pärjäävät kilpailussa hyvin. Opiskelijoille on tarjolla myös paljon muita pelinkehityskilpailuja. Esimerkiksi The Game Awards on GDWC:n tavoin järjestänyt kansainvälisen kilpailun opiskelijoille, ja tämä kulki myös nimellä Student Game Award. Se yksi tunnetuimmista peli alan tapahtumista. Toimittajat ovat yksi iso sidosryhmä, jonka avulla GDWC:n tunnettavuutta voisi yleisesti nostaa. Ace Lagoon ei ole vielä ehtinyt rakentamaan suhteita toimittajiin. Ace Lagoon lähettää GDWC:n viikoittaisen uutiskirjeen lehdistölle, mutta todellista yhteyden pitoa sidosryhmään ei ole.

#### **4.1.1.1 Makroympäristö (PESTEL)**

Maakohtaisesti politiikka voi vaikuttaa kilpailun saatavuuteen esimerkiksi Kiina on tunnetusti hyvin paljon rajannut omien kansalaisten netissä toimimista.

Opiskelijoita on paljon alle 18-vuotiaiden keskuudessa, mutta lainsäädännöllisistä syistä alle 18-vuotiaat eivät ole voineet rekisteröityä kilpailuun nykyisen rekisteröitymismallin takia. Vain täysi-ikäinen voi rekisteröidä käyttäjän, tiimin ja pelin kilpailuun. GBR takia ei olla tehty mahdolliseksi alle 18-vuotiaille osallistua kilpailua. Tiettyä dataa ei saa kerätä henkilön iän mukaan. Tämä vaihtelee maiden mukaan ja esimerkiksi Yhdysvalloissa on todella tiukat säännöt. Jos esimerkiksi GDWC:llä on Facebook-seuranta nettisivuilla, sen tulisi sulkea se pois alaikäisille käyttäjille.

Kun on talouden laskukausi ja mahdollisilla sponsori yrityksillä menee taloudellisesti huonosti, tulevat he sponsoroimaan kilpailua todennäköisesti heikommin. Koronan takia kuitenkin kaikki tapahtumat ovat jo loppuneet tai siirtyneet virtuaaliseksi niin tuo luultavasti GDWC:n kaltaisille etätapahtumille lisää kysyntää. Peliala on jo pitkään ollut kasvussa, mutta pandemia ja eristäytymine lisäsi pelaajien määrää entisestään. Kun ihmiset olivat jumissa omissa kodeissaan, pelit olivat hyvää viihdettä.

Sosiaalisten tekijöiden suhteen digitaaliset pelit ovat selvästi hyvin suosittuja nykypäivänä ja trendi näyttäisi vain jatkuvan. Tämä myös tarkoittaa, että jos ostajia on paljon, on myös enemmän pelinkehittäjiä, sekä pelinalan koulutusmahdollisuuksia tarvitaan lisää.



Teknologian kehitys luo paljon mahdollisuuksia pelinkehittäjille. Paremmat työkalut pelinkehitykseen helpottavat pelinkehitys prosessia ja näin ollen meillä on parempi laatuisia, enemmän ja erilaisia pelejä mukana kilpailussa. Pelinkehitykseen liittyy paljon suunnittelua, tutkimusta ja taiteellista tekemistä mitä ei voi koneilla korvata.

Ympäristön tekijät eivät juuri vaikuta digitaaliseen kilpailuun, mutta esimerkiksi pelinkehittämiseen vaadittavat tarvikkeet voivat sen sijaan olla ympäristötekijöiden vaikutuksen alla.

#### **4.1.1.2 SWOT**

Tämä SWOT koskettaa yleisesti GDWC:tä ja Student Game Awardia. Kilpailun vahvuuksiin kuuluu reiluus. Kilpailu on kaikille saatavilla ja osallistuminen on ilmaista. GDWC:n missio on avustaa pieniä ja aloittavia pelinkehittäjiä ja studiota. Ace Lagoon tekee paljon yhteistyötä eri pelialan ammattilaisten ja yritysten kanssa. Kilpailu toimii aktiivisesti ympäri vuoden, vaikka itse palkintojen jako tapahtuu kerran vuodessa, esimerkiksi GDWC:llä on striimejä, viikoittaista yleisön äänestystä ja muuta peleihin liittyvää viihdettä. Tuomarointi vaiheessa pelit pelataan läpi ja tuomaristo arvioi ne mikä ei ole yleistä tämän kaltaisille kilpailuille. Student Game Awardin vahvuuksia on, että se lisää yhteistyötä oppilaitosten kanssa.

Kilpailun heikkouksia on, että GDWC:llä on hallussa vain Euroopan ja Pohjois-Amerikan markkinat. Muualla kilpailu ei ole niin yhtä tunnettu ja tähän voi liittyä kulttuurilliset ja kielelliset erot. Kilpailun vuosirytmii menee eri tahtiin kuin oppilaitosten lukuvuosi. Jos opiskelija tekevät koulussa projekteja, ne ovat keväällä vasta valmiita, mutta he voivat ilmoittautua sen vuoden kilpailuun mukaan. GDWC:llä ei ole valmista mallia kontaktoida oppilaitoksia ja opiskelijoita. GDWC:hen tulee myös yleisesti epätasaisesti kilpailijoita ympäri vuoden, eniten loppu vuodesta. Kilpailussa on paljon eri kategorioita ja erilliset säännöt jokaiselle. Osalla kehittäjistä on ollut hankaluuksia hahmottaa, miten kilpailu toimii, esimerkiksi Fan Favorite, miten ja milloin siihen pääsee mukaan, äänestääkö yleisö kaikkiin kategorioihin voittajat.

Kansainvälistyminen on etu kilpailulle, sillä mitä enemmän oppilaitokset haluavat lähteä kansainvälisiin projekteihin ja kilpailuihin mukaan, sitä todennäköisesti he lähtevät GDWC:n kanssa yhteistyöhön. Teknologian kehitys tekee pelinkehittämisestä helpompaa, mikä lisää pelien määrää, sekä pelialan työpaikkoja ja opetusta.

Uhkana voi olla lainsäädäntöön liittyvät muutokset, jotka estävät kouluja jakamasta kolmannen osapuolen mainoksia. Uhkana on myös toiset isot kansainväliset pelinkehityskilpailut kuten Game Awards, Independent Games Festival tai Nordic Game Awards. Esimerkkinä Game Awards, joka yleisesti palkitsee isoja pelistudioita, mutta heillä on ollut opiskelijakategoria aikaisempina vuosina. Uhkana on, että oppilaitoksissa nähdään maineikkaampi kilpailu tärkeämpänä ja GDWC:n Student Game Award jätetään sivuun. Tämä tilanne voi käydä myös kilpaillessa paikallisten kilpailujen kanssa.

#### **4.1.1.1 Haastattelut**

Haastatellessa opiskelijoita tuli ilmi, että viesti Student Game Awardista ei ollut mennyt perille, vaikka olin saanut myöntävän vastauksen oppilaitoksesta. Markkinointia pitäisi parantaa niin että opiskelijat saataisiin heti tavoitettua ja mukaan viestintäkierteeseen. Tämä onnistuisi helpommin, jos opiskelijoita kehoitettaisiin rekisteröitymään jo pelinkehitys projektin alussa GDWC:n. Muita mahdollisuuksia olisi markkinoida tapahtumaa useista eri kanavista tai jopa vain eri opettajien kautta. Haastatteluissa tuli myös ilmi, että tämä sama ongelma oli myös muilla pelinkehitys tapahtumilla. Opettajia tulisi innostamaan osallistumaan kilpailuihin enemmän ja uskon että kansainvälisissä isommissa pelinkehitys oppilaitoksissa tämä näkyikin jo. (Kulha, Jarkko 2022), (Laurila, Elise 2022), (Lepistö, Tomi 2022), (Översti, Leo 2022).

Haastatellessa opettajaa avautui mahdollisuus tehdä yhteistyötä pelinkehitys kursseilla. Ace Lagoonilta pyydettiin, että he olisivat kerran viikossa Teams puhelun päässä opiskelijoista ja auttaisivat heitä. Tämä ei kuitenkaan sovi prototyyppiksi kehitystehtävää varten sillä he eivät voi olla Teams puhelun päässä kaikille mahdollisille oppilaitoksille tulevaisuudessa. Voisiko siis tarjota jotain muuta kursseille? Haastattelussa ilmeni, että suomalaiset oppilaitokset etsivät keinoja; tarjota opiskelijoille rekrytointimahdollisuuksia, lisätä kustannusäästöjä ja resursseja tai edesauttaa opiskelijoiden valmistumista. Kriittikinä tätä kysymystä kysyttiin vain suomalaiselta opettajalta, joten tulos voi vaihdella todella paljon eri maiden välillä. Olisi hyvä tulevaisuuden kannalta myös tutkia eri maiden oppilaitosten resursseja ja mistä ne tulevat. Suomen ammattikorkeakoulut saavat osan rahoituksestaan suoritettujen tutkintojen perusteella, joten en ollut yllättynyt, että se oli osana kolmea mainittua parannuskohdetta. (Räisänen, Teppo 2022).

Haastatteluista kävi ilmi, että vieraat olivat todella tykättyjä. (Kulha, Jarkko 2022.) Ace Lagoon on pitänyt GDWC Talks nimistä puhuja tapahtumaa aina välillä. Siellä pelinkehittäjät eri lähtökulmista pääset kertomaan omista projekteista ja välähdyksistä, että antamaan yleistä tietämystä alasta ja työstä. Tätä olisi mahdollista striimata useille eri oppilaitoksille yhtä aikaa. Talks konsepti voisi toimiaakin paremmin, jos sen voi suoraan tekisi opiskelija kohderyhmää varten.

Student Game Award voi toimia motivaattorina, auttaa kasvattamaan opiskelijoiden taitoja niin pelinkehityksessä kuin markkinoinnissa ja se ei vaadi juuri ollenkaan vaivaa tai aikaa oppilaitokselta taikka opiskelijoilta. Tämä ei kuitenkaan ole miten oppilaitokset ja opiskelijat ymmärtävät tapahtuman. Haastatteluista kävi ilmi, että osallistuminen kilpailuun voi jännittää ja aikaa ei välttämättä löydy. Myös kilpailu unohtuu helposti, jos siitä ei mainosteta aktiivisesti. (Kulha, Jarkko 2022), (Laurila, Elise 2022), (Lepistö, Tomi 2022), (Översti, Leo 2022).

Haastattellessa suomalaista pelinkehitysopettajaa nousi esille opettajien järjestämä Bit1, opiskelijoille suunnattu pelinkehityskilpailu. Se on kilpailija, mutta toisaalta haastattelusta tuli ilmi, ettei opettajien ensisijainen tehtävä ole järjestää kilpailuja opiskelijoita. Heidän kanssaan olisi mahdollista tehdä yhteistyötä. GDWC on kuitenkin kansainvälinen kilpailu ja tämä yhteistyö olisi vain Suomen sisäinen. (Määttä, Mika 2022). Samanlaisia yhteistöitä voisi tehdä muiden kilpailijoiden kanssa muista maista, sillä kansainvälisiä opiskelija pelinkehityskilpailuja on vähän. 2017–2018 oli järjestetty The Game Awardsin opiskelijoille suunnattu kansainvälinen kategoria Student Game Award, joka jakaa saman nimen GDWC:n Student Game Awardin kanssa.

#### **4.1.2 Vaiheen johtopäätökset**

Päästiin tuloksiin, että peliala ja pelinkehitys trendinä on kasvussa. Pelien kysyntä on suurempi kuin koskaan ja tämän takia työpaikat ja opintopaikat ovat lisääntyneet ja lisääntyvät. Teknologian kehitys on myös mahdollistanut, että jokainen voi aloittaa pelinkehityksen kotonaan. On paljon opiskelijoita, jotka lähtevät pelialalle harrastuksen tai sivutyön muodossa. Tämä kaikki antaa paljon uusia mahdollisuuksia GDWC:n kaltaisille kilpailuille.

Myös kun kysyntä GDWC:n kaltaisille kilpailuille kasvaa, on markkinoilla enemmän kilpailua. Tällä hetkellä GDWC on kuitenkin yksi isoimmista, jollei isoin pelinkehitys kilpailu osallistujamäärän perusteella. Kuitenkin on paljon paikallisia pelinkehitys kilpailuja kuten esimerkiksi suomalainen Bit1. Kuitenkaan kilpailut eivät välttämättä sulje toisiaan pois ja voivat yhteistyön kautta saada hyötyjä.

GDWC:n suurimpia vahvuuksia olivat saavutettavuus ja se, että se oli ilmainen. Heikkouksia olivat, että GDWC:llä ei ollut valmista mallia kontaktoida oppilaitoksia ja opiskelijoita, ja kilpailun viestintä oli ainoastaan englanniksi, rajaten ulos monia potentiaalisia osallistujia. Kiinnostus kilpailua kohtaan oli kansainvälisesti kasvanut, pelialan kasvun myötä ja kilpailu olikin isoin koskaan vuonna 2021. Yhteistyöt alan organisaatioiden kanssa tuo uusia mahdollisuuksia laajentaa kilpailua. Yhteistyön mahdollisuudesta huolimatta, muut samantyyppiset pelinkehitys kilpailut olivat silti uhkia GDWC:lle, sillä opiskelijat ja oppilaitokset eivät voi osallistua rajattomasti eri kilpailuihin.

Haastatteluiden avulla saatiin uusia ideoita, havaittiin ongelmia ja kerättiin mielikuvia kilpailusta. Tärkein huomio oli, että oppilaitokset olisivat kiinnostuneita kilpailusta, jos se tarjoaisi opiskelijoille rekrytointimahdollisuuksia, lisäisi kustannussäästöjä ja resursseja tai edesauttaisi opiskelijoiden valmistumista. Haastatteluissa esitettiin mahdolliseksi lähteä kehittämään pelinkehitys kurssia yhdessä Oulu Game Labin kanssa. (Räisänen, Teppo 2022). Lisäksi yhteistyö Bit1 kilpailun kanssa olisi mahdollista (Määttä, Mika 2022).

## **4.2 Määrittele**

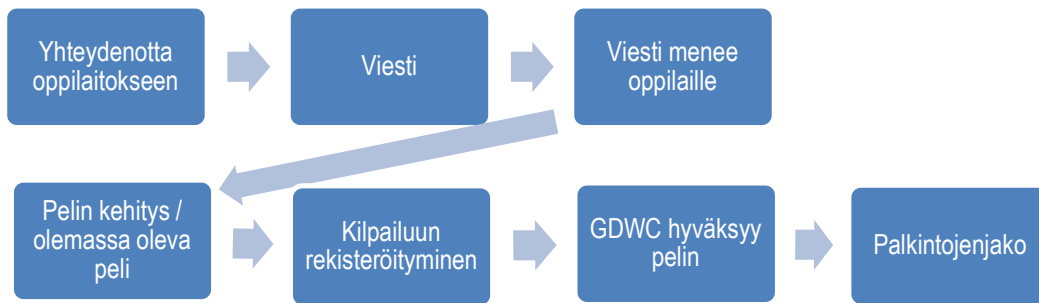
### **4.2.1 Vaiheen toteutus**

Määrittelen ongelmat ja suunnitteluveturit, joita lähdän kehittämään. Tässä luvussa käyn läpi mitä hyviä puolia kannattaisi käyttää enemmän hyväksi. Myös käydään läpi mitä heikkouksia halutaan kumota, miten uhkia voidaan välttää paremmin ja mitä mahdollisuuksia halutaan jatkotutkia.

Yksi ongelmista on, että miten voidaan edes auttaa, että opiskelijat saavat viestin opettajilta ja kuinka sitä voidaan mitata. Analysoidaan voiko Ace Lagoon ottaa yhteyttä ei-englanninkielisiin oppilaitoksiin. Kannattaako kurssiprototyyppejä toteuttaa ja mitä se vaatisi. Mitä mahdollisuuksia yhteistyössä Bit1 kilpailun kanssa olisi.

#### **4.2.1.1 Asiakaspolku**

Nykyinen asiakaspolku on kehitetty hyvin lyhyessä ajassa ja sitä on syksyn 2021 aikana testattu. Siinä otetaan ensimmäisenä yhteyttä oppilaitokseen, opettajalle tai muulle henkilökunnalle. Tapahtuma esitellään oppilaitokselle, ei oppilaille. Opettajan tehtävä on esitellä tapahtuma oppilaille ja saada heidät osallistumaan siihen. Opiskelijoilla pitää olla ennestään peli tai heidän on kehitettävä peli ennen ilmoittautumisajan päättymistä. Kun heillä on peli kilpailua varten he rekisteröityvät tapahtumaan. Kuukautta ennen tapahtuman alkamista laitettiin muistutusviestiä oppilaitoksille ilmoittautumisajan päättymisestä ja viestin eteenpäin laittaminen on täysin jälleen oppilaitoksen käsissä. 2022 vuodelle tulee uusi askel mitä 2021 vuodella ei ollut ja se on, että GDWC hyväksyy pelit ennen kuin ne pääsevät kilpailuun mukaan. Miten tämä vaikuttaa Student Game Awardiin on vielä mysteeri. Oppilaihin otetaan seuraavan kerran yhteyttä, kun palkintojenjako alkaa.



KUVIO 2: *Oppilaitosten 2021 asiakaspolku (Milla Mäkinen 2022a)*

#### 4.2.1.2 Suunnitteluveturit

Tapahtuman markkinointia tulee lisätä huomattavasti ja tämä pitää ottaa esille toimintasuunnitelmassa. Tällä hetkellä viestintä ei mene läpi korkeakouluille, eikä myöskään niiden opiskelijoille. Vaikka kerran on saatu myöntävä vastaus oppilaitokselta, ei se tarkoita, että se johtaa kuitenkaan toimintaan. Viestintää tulisi lisätä ja siitä tulisi tehdä jatkuvaa. Myös eri kanavia tulisi käyttää hyväksi. Näin saadaan parannettua markkinoinnin heikkouksia.

Student Game Awardissa hyviä puolia on esimerkiksi nopea ja helppo osallistumisprosessi, kansainvälisyys ja etänä toimiminen. Näitä asioita ei olla otettu tarpeeksi esille sillä haastatteluissa kävi ilmi, että kilpailuun osallistumiselle oli monia harhaluuloja. Osallistuminen maailman mestaruuskilpailuun jännitti osaa, mutta esimerkiksi kilpailussa ei tarvitse esiintyä, sekä vastassa on vain muita opiskelijoita. Osallistumisen nähtiin vievän liikaa aikaa, mutta se kestää vain 30 minuuttia ja kilpailuun lähetetään oma jo tehty projekti ja se voi olla vain demo tai prototyyppi. Viestinnässä tulisi murtaa näitä harhakuvia ja tuoda tapahtuman hyviä puolia esille. Ei ole itsestään selvää, että kilpailu toimii tällä tavoin, sillä opiskelijoille on tarjolla paikallisia pelinkehityskilpailuja, jotka toimivat juuri päinvastoin. Osallistujamääristä ja oppilaitosten vastauksien perusteella osa oppilaitoksista arvostaa kilpailun osallistumista itsessään. Tätä etua GDWC:n pitäisi opetella hyödyntämään myös markkinooidessa. Tavoitteena on, että pelinkehityskursseille opiskelijoita kehoitetaan osallistumaan kilpailuun heidän peleillään. Tämä voi kuitenkin tuntua opettajalle vaivalloiselle tai opiskelijat epäluulojen takia kieltäytyvät osallistumasta. Haastattellessa opiskelijoita minulle mainittiin, että pelko

joutua esittelemään oma peli voi olla yksi syy. (Kulha, Jarkko 2022), (Laurila, Elise 2022), (Lepistö, Tomi 2022), (Översti, Leo 2022).

Osallistujatilastoja analysoidessa huomaa, että valtaosa peleistä on tullut maista, joissa puhutaan hyvin englantia. Mahdollisuutena on lähestyä ei-englanninkielisiä oppilaitoksia kielitaitoisten harjoittelijoiden tai työntekijöiden avulla. Ongelmana harjoittelijoiden osalta on, että he ovat harjoittelussa vain määräaikaisen ajan ja tämän ajan kuluttua viestiketjua on hankala jatkaa englanniksi. Osallistujilla tulisi olla tarpeellinen englannin kielen kielitaidot täyttää rekisteröitymislomake ja pelintiedot kilpailua varten. GDWC:n verkkosivut ovat vain englanniksi. Tästä voidaankin todeta, että oppilaitoksia kannattaa lähestyä ensisijaisesti vain englanniksi, paitsi, jos työntekijä, joka hoitaa yhteydenpitämistä osaa jotain muuta yhteistä kieltä.

Koulutuspäällikkö Teppo Räisäsen ehdottama prototyyppi pelinkehityskurssista ei sovi yhteen Ace Lagoonin tavoitteiden kanssa. Huonoina puolina opiskelijoiden neuvominen vie paljon aikaa ja Ace Lagoonin työntekijöillä ei ole resursseja tai taitoja toteuttaa kurssia Räisäsen toivomalla tavalla. Kurssimallin pitäisi pystyä toteuttaa kaikissa oppilaitoksissa, ilman GDWC:n aktiivista panostamista. Ratkaisuina GDWC:n tulisi tuoda arvoa kurseille jakamalla materiaalia.

Mika Määttä esitteli idean Bit1 kilpailun ja GDWC:n yhteistyöstä haastattelussa. Tulin kuitenkin tulokseen keskustellessani toimitusjohtaja Olli Mäntylän kanssa, että yhteistyöstä ei olisi merkittävää hyötyä GDWC:lle, sillä Bit1:n osallistujia määrät ovat hyvin pienet verrattuna GDWC:een. Yhteistyö on kuitenkin mahdollinen, jos sillä halutaan saavuttaa jotain muuta kuin Bit1 osallistujien houkuttelu GDWC:een. Osa 2021 Bit1 kilpailun osallistujista oli 2021 syksyn Student Game Awardissa mukana.

#### **4.2.2 Vaiheen johtopäätökset**

Tässä vaiheessa saimme selville suunnitteluveturit. Viestinnän pitäisi olla monipuolista, suunnitelmallista ja tiheästi aikataulutettua. Kilpailun vahvuuksien korostaminen markkinoinnissa ja kilpailuun osallistumiseen liittyvien harhaluulojen selvittäminen ja niiden selventäminen opiskelijoille viestinnässä. Viestinnän vaihtaminen monikieliseksi todettiin todella hankalaksi ja epäolennaiseksi. Sellaisenaan Teppo Räisäsen ehdottama kurssi ei vastannut projektin tavoitteisiin, mutta ideaa

jälkikehitetään. Idea Bit1 kilpailun kanssa tehtävästä yhteistyöstä hylättiin, sillä se antaisi vain vähän hyötyä GDWC:lle, mutta yhteistyötä voidaan harkita, jos yhteistyölle löydetään tarpeeksi hyvä syy.

### **4.3 Kehitä**

#### **4.3.1 Vaiheen toteutus**

Asiakaspolku alkaa yhteydenotolla oppilaitokseen. Kilpailu esitetään opettajalle ja hän laittaa viestin eteenpäin omille opiskelijoilleen tai kollegoille. Samalla annetaan myös mahdollisuus sisällyttää tapahtuma tiukemmin osaa opintoja ja että Ace Lagoon voi esitellä kilpailun opiskelijoille etänä. Opiskelijat voivat saada viestin montaa eri kautta esimerkiksi sähköpostilla, mainoksena oppilaitoksen sosiaalisessa mediassa, videona tai esitteenä, jonka opettaja toimittaa heille. Tarkoituksena on toimittaa mahdollisimman paljon informaatiota oppilaitoksille ja lähestyä useammasta eri suunnasta opiskelijoita.

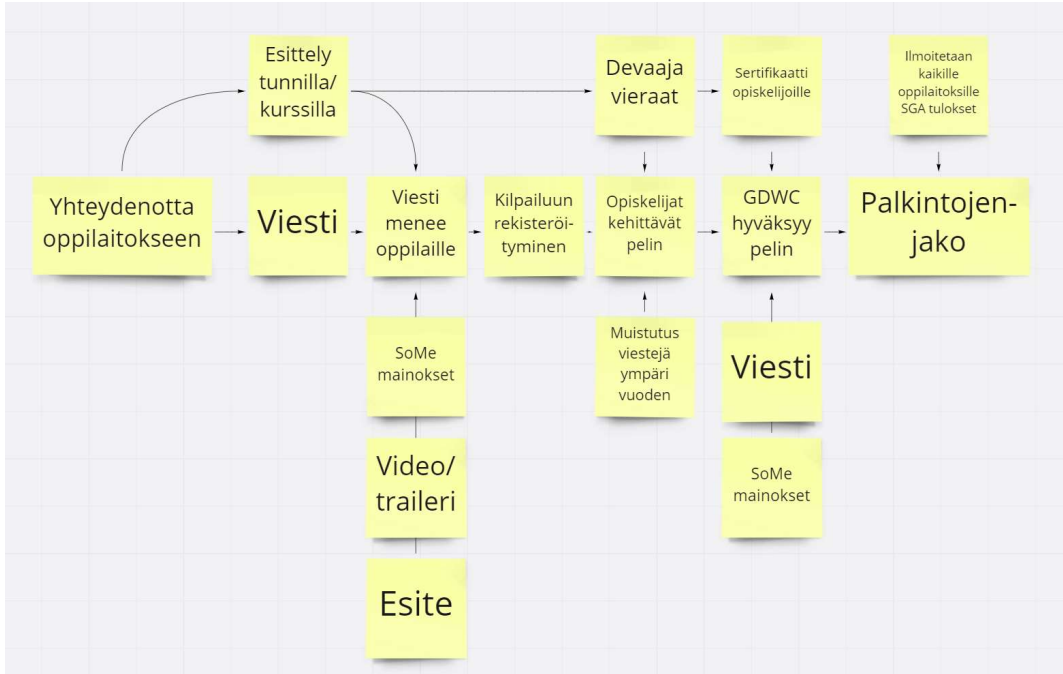
Kilpailuun rekisteröityminen siirretään tapahtumaan ensimmäisenä vaiheena. Näin voidaan pyytää opiskelijoita rekisteröitymään välittömästi ja toimittamaan peli ennen kuin ilmoittautumisaika päättyy. Ace Lagoonilla olisi suora yhteys opiskelijaan tai opettajaan, joka on lähettänyt pelin tai pelit kilpailuun. Tämä myös mahdollistaa viestien lähettämisen suoraan opiskelijoille. 2021 Student Game Award osallistumistiedoista kävi ilmi, että peleistä/tiimeistä vain 34/202 oli opettajan ilmoittamia. 17 opettajaa ilmoitti opiskelija ryhmiänsä mukaan. Tämä siis tarkoittaa, että vastuu pelin lähettämisestä kilpailuun oli opiskelijoiden vastuulla 83 % tapauksista.

Kilpailu auttaa opiskelijoita pelinkehittämävaiheessa. Ace Lagoonilla on tarjolla laaja verkosto pelinkehittäjiä ja studioita, sekä muita organisaatioita, jotka voisivat olla kiinnostuneita yhteistyöstä. Heitä voi pyytää mukaan tekemään esimerkiksi online-työpajoja mitkä saattaisivat auttaa opiskelijoita, sekä lisätä viestintää GDWC:n ja oppilaitosten välillä. Muistutusviestejä lähetetään säännöllisesti, että kilpailu ei unohdu opettajilta tai opiskelijoilta.

Yksi suunnitteluvetureista on luoda sertifikaatti, jonka opiskelijaryhmä saa, kun GDWC hyväksyy pelin. Tämä on konkreettinen etu, joka auttaa innoittamaan opettajia ja ilmoittamaan opiskelijoita



mukaan. Sertifikaatilla voi todistaa osallistumisen kilpailuun esimerkiksi työnhaun yhteydessä. Sertifikaattia varten tarvitaan tietoja kuten nimi, koulutus ja projektin nimi, ja ne kysytään, jo valmiiksi ilmoittautuessa Student Game Awardiin.



KUVIO 3: *Oppilaitosten 2022 asiakaspolku (Milla Mäkinen 2022b)*

#### 4.3.1.1 Kurssi prototyyppi

Tarkoituksena on miettiä prototyyppi kurssille. Sen ajoitus olisi viikolta 10 lähtien ja kokeilussa olevat opiskelijat ilmoittaisivat pelinsä mukaan Student Game Awardiin kun se aukeaa. Opettajalta tuli pyyntönä, että he tarvitsisivat jonkun vastaamaan opiskelijoiden kysymyksiin kerran viikossa Team puhelun päähän. Tämä ei kuitenkaan toimi skaalatessa mahdollisuutta isommalle alueelle.

Lopullisena tavoitteena on saada oppilaitokset lähettämään pelejä/tiimejä Student Game Awardiin. Haastattelussa nousi esille kolme asiaa, jotka kiinnostaisivat erityisesti oppilaitoksia. Mahdollisuuden tulisi säästää oppilaitoksen resursseja, edes auttaa opiskelijoiden valmistumista tai lisätä opiskelijoiden työllistymistä. (Räisänen, Teppo 2022). Student Game Awardiin osallistuminen ei vie opettajalta resursseja ja esimerkiksi voi tuoda materiaalia opettajille esimerkiksi pelinkehittäjä vieraiden avulla. Kilpailu myös voi toimia motivaattorina opiskelijalle, sillä heidän työstä tulee näkyville. Se myös mahdollistaa, että opiskelijat pääset harjoittamaan markkinointitaitojaan, jotka ovat erittäin

tärkeitä. Kun Student Game Awardiin lähettää pelin ja se hyväksytään, on mahdollista antaa opiskelijalle myös sertifikaatti, jota voi käyttää työnhaussa.

Opiskelijoita haastatellessa tuli myös ilmi, että opiskelijat tekevät projekteja mieluummin yhdessä kuin yksin. (Kulha, Jarkko 2022). Student Game Award ja GDWC kokonaisuutena voi tarjota pääsyn pelinkehittäjä yhteisöön, jossa esimerkiksi Discordin kautta voi pyytää mielipiteitä ja pyytää apua muilta kehittäjiltä. GDWC vastaa myös kaikkiin heille lähetettyihin viesteihin. Rentoa ilmapiiriä ja mahdollisuuksia pitäisi tuoda paremmin esille mainoksissa. Harhaluuloja tapahtumasta voi vähentää lisäämällä viestintää. Oppilaitoksille pitäisi uskaltaa lähettää enemmän viestejä, ihan päivityksinä, että mitä GDWC:llä on tarjota. Esimerkiksi yhden tapainen mainos voisi keskittyä vain kuinka nopea ilmoittautuminen on. Seuraava keskittyä rentoon yhteisöön taikka mitä toimintaa meillä on esim. striimejä. Se ei kuitenkaan saa mennä roskapostin tapaiseksi viestinnäksi. Esimerkiksi tässä kannattaa käyttää hyväksi eri kanavia mitä kautta ottaa yhteyttä.

Loin asiakaspolun myös opiskelijoille kuvaamaan millainen heidän kokemuksensa kilpailusta olisi. Ensimmäisessä vaiheessa opiskelija tiedostaa Student Game Awardin olemassaolon. Tässä on käytetty hyväksi erilaisia reittejä, opettaja tiedottaa asiasta, opiskelija törmää esitteeseen, löytää ilmoituksen meidän tai oppilaitoksen sosiaalisesta mediasta tai on jo valmiiksi GDWC viime vuoden osallistuja.

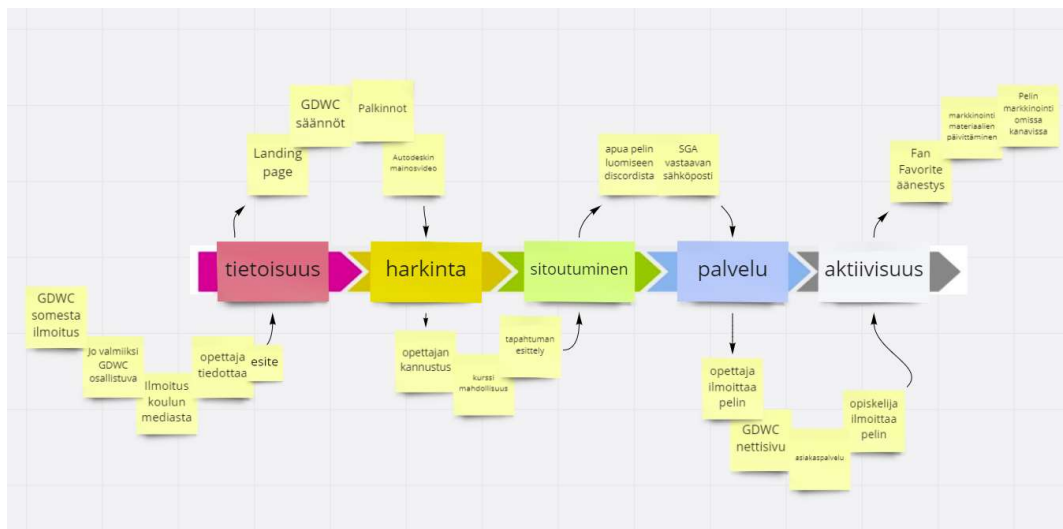
Hänet ohjataan seuraavaksi GDWC:n verkkosivuille. Sieltä on mahdollista käydä tutkimassa sääntöjä, kategoria vaatimuksia ja palkintoja, taikka sponsoreja. Tässä vaiheessa opiskelija on jo selvästi ottanut harkintaa kilpailuun osallistumisen.

Jotta hänet saadaan sitoutettua, tarvitaan jokin triggeri. Se voi olla opettajan kehoitus liittyä kilpailuun mukaan taikka jopa vaatimus kurssin suorittamiseksi. Tapahtumaa voi esitellä opiskelijalle ja tässä vaiheessa kaikista kanavista tuleva informaatio on tärkeää. Tämän jälkeen opiskelija päättää sitoutua ja ilmoittautua mukaan kilpailuun.

Jos hän tarvitsee apua, on hänelle toimitettu sähköposti osoite, josta voi pyytää apua. Myös käytettävissä on kaikki sosiaalisen median kanavat, joissa sosiaalisen median vastaava voi vastata kysymyksiin. Myös muut pelinkehittäjät saattavat vastata kysymyksiin tai kommentteihin.

On mennyt vähän aikaa ja peli on saatu valmiiksi. Opettaja voi ilmoittaa kurssilla luodun pelin mukaan kilpailuun. Opiskelija tai opiskelijaryhmä voi myös itse ilmoittaa pelin mukaan kilpailuun. GDWC nettisivuilta löytyy hyvä määrä informaatiota ja on aiheellista käydä tarkastamassa säännöt vielä kerran. Jos peli rikkoo sääntöjä, ei sitä hyväksytä mukaan kilpailuun. Jos tietoa ei löydy voidaan taas ottaa yhteyttä asiakaspalveluun.

Nyt peli on ilmoitettu ja hyväksytty mukaan kilpailuun. Opiskelija voi panostaa pelin markkinointiin ja koittaa pärjätä Fan Favorite / Fan Choice -kategoriassa. Tämä vaatii todella paljon aktiivisuutta kehittäjiltä. Myös seuraamalla GDWC:n sosiaaliset mediat pysyvät he kärryillä tulevista tapahtumista. Opiskelija on onnistuneesti mukana kilpailussa. Katso asiakaspolun kuvioista 4. (Milla Mäkinen 2022c)



KUVIO 4: Opiskelijoiden 2022 asiakaspolku (Milla Mäkinen 2022c)

### 4.3.2 Vaiheen johtopäätökset

Vaiheessa laajennettiin määrittelle vaiheesta valittuja suunnitteluvetureita ja luotiin kohderyhmille asiakaspolut. Suunnitteluvetureista priorisoitiin ne, jotka lisäsivät Ace Lagoonin ja oppilaitosten ja opiskelijoiden välistä viestintää. Priorisoituja suunnitteluvetureita olivat sertifikaatit, opintokurssiprototyyppi ja online-esittelyt, sekä työpajat. Mahdollisuutena nähdään myös yhteistyökumppanien ja muiden kilpailijoiden liittäminen Student Game Awardiin erilaisten kilpailun sisäisten tapahtumien kautta.

## 4.4 Toteuta

Tässä tuplatimantin mukaisessa neljännessä vaiheessa keskityn testaamaan ja iteroimaan edellisessä vaiheessa kehittämiäni ratkaisuja. Niistä toimivimmat paketoidaan konseptiksi, jota voidaan virallisesti lanseerata käyttöön. Kuitenkaan työ ei ole siinä vaiheessa vielä tehty vaan konsepti pitää myös toteuttaa. Toteutuksessa otetaan huomioon kilpailun rakenteelliset muutokset uudelle GDWC 2022 kaudelle, sekä aikataululliset erot lukuvuoden ja kilpailun välillä. Sekä pyritään valitsemaan ratkaisut oikean asiakaskunnan tavoittamiseen.

### 4.4.1 Vaiheen toteutus

Viestintäprosessi alkaa ottamalla yhteyttä oppilaitoksiin niin opettajiin kuin heidän esimiehiinsä esimerkiksi toimialapäällikköön. Tämä mahdollistaa sen, että viesti liikkuu oppilaitoksessa samaan aikaan eri tasoilla ja nämä tasot voivat olla kiinnostuneita kilpailun eri aspekteista. Esimerkiksi johdolle voi olla tärkeämpää kisan tuoma maine ja kansainvälinen toiminta kuin taas normaalille opettajalle voi olla tärkeää, että opiskelija oppii kilpailun kautta uutta ja voi hyödyntää oppimaansa käytännössä. Tämän takia viestintä tulisi räätälöidä tahoille erikseen.

Viestin tavoitteena on saada vastaanottaja oivaltamaan palvelun arvo ensimmäisistä lauseista. Parhaat asiakkaat erotellaan hankalimmista. Päätöksen teko saadaan nopeutettua. Kilpailijoiden osallistuminen saadaan hallintaan ennustettavalla tavalla, jolloin ei tule aaltoilua. On siis tärkeä luoda markkinointiviesti, joka oikeasti tuo osallistujia ja tapaamisia oppilaitosten kanssa. Luodaan siis myyntikärki, johon kuuluu viestin kohdentaminen ja muotoilu. Se on kohderyhmässä päättäjälle tai osallistujalle suunnattu. Tiivistys kilpailusta. Vastaa kohderyhmän haaveeseen. Ja erottuu uskottavalla tavalla.

Kontekstuaalinen segmentointi tarkoittaa parhaiden ostajien valintaa. Juuri sille taholle räätälöity myyntikärki, joka on kirjoitettu ihmiseltä ihmiselle, vaikuttaa suoraan ”ostomotivaatioon”. Tämä vaatii paljon testaamista. Paras viestintäkanava vaihtelee kohderyhmän mukaan, sekin pitää testata. Panostetaan top 5 % parhaista viestintäkanavista. Viestintäkanavan toimivuus mitataan testatulla viestillä. Mittarina voi olla mm. osallistumismäärä, eli arvo, joka tuottaa tuottoa yritykselle. Tähän ei siis todennäköisesti kuulu tykkäykset tai katselukerrat. Tämä koko toimintatapa siis mukailee asiakasta. Kun markkinointiviesti toimii eli tiedossa on kuka on kohderyhmä, miten heidät tavoittaa, mitä

sanotaan, että vastapuoli kiinnostuu ja pystyt itse toistamaan tulokset matemaattisen tarkasti, voi markkinoinnin delegoida tai ulkoistaa.

Ideaali tilanteessa oppilaitos tai opettaja ottaa tapahtumaan osallistumisen osaksi kurssia, jolloin jokainen opiskelija osallistuu. Syksyllä 2021 piloottitapahtumassa tuli ilmi, että vain hyvin pieni marginaali oppilaitoksista olivat kiinnostuneita tapahtuman esittelystä tunnilla. Kuitenkin oppilaitokset, jotka ottivat tarjouksen vastaan, olivat hyvin innoissaan kilpailusta ja halusivat useamman esittelyn. Näissä tapauksissa GDWC:llä oli mahdollisuus suoraan kertoa tapahtumasta ja vastata opiskelijoiden kysymyksiin ja ennakkoluuloihin.

Esittelyille voi myös ottaa mukaan kilpailuun osallistuneiden studioiden edustajia ja ammattipelinkehittäjiä, jolloin saadaan enemmän vuorovaikutusta eri kategorioiden välillä. Konseptia on kokeiltu GDWC Talks tapahtumassa ja GDWC 2021 Awards palkintojenjakotilaisuudessa, jossa oli mukana BusinessOulu pitämä workshop. Myös oppilaitokset voivat osallistua Student Game Awardiin pitämällä omia workshoppeja alan opiskelusta ja houkuttella itselleen uusia opiskelijoita.

Pelkona on, että opiskelijat saattavat unohtaa tapahtumaan osallistumisen tai viestintäketju katkeaa. Tämä takia rekisteröityminen tulisi tehdä heti kun opiskelija kiinnostuu tapahtumasta, jo ennen pelinkehittämistä. Tällä tavoin opiskelijat varmasti saavat tietoa ja muistutuksia kilpailun etenemisestä.

#### **4.4.1.1 Toteutussuunnitelma**

Viestinnän suuntaaminen oikeaan asikaskuntaan on ehdottoman tärkeää. Ensimmäisenä askeleena oppilaitoksiin otetaan yhteyttä niin juuri tasolle opettajiin kuin myös ylemmälle taholle kuten toimialapäällikköön tai rehtoriin. Viestintä tulisi olla jatkuvaa ja suunniteltu etukäteen. Olen luonut aikataulun toteutussuunnitelman toteutukselle katso Liite 1. Markkinointi jaetaan kahteen osaan kevään ja syksyn lukukauteen. Tässä mallissa on jätetty 4 kuukautta viestintään per kausi ja se on rakennettu ottaen huomioon GDWC:n aikataulu, oppilaitosten aikataulu ja kuinka paljon aikaa viestintä on vienyt syksyllä 2021. Kevät kaudella otetaan yhteyttä oppilaitoksiin sitä varten, että sen kevään opiskelijat voivat osallistua loppu töillään ja syksyllä otetaan yhteyttä uudestaan, että saadaan uudet syksyn opiskelijat mukaan ilmoittautumaan. Opetus tapahtuu yleensä lukukausittain ja

opiskelijat saattavat tehdä useita projekteja, mikä tarkoittaa, että tiheä yhteyden pitäminen on tärkeää.

Olemme käyttäneet pelkkää sähköpostia lähestyessä oppilaitoksia. Lisäksi kansainvälisiä markkinointikanavia ovat esimerkiksi sosiaalisen median kanavat, google ads, Student Game Award sivun näkyvyyden lisääminen tähän erikoistuneiden osaajien kautta, tekemällä pienempiä kisoja jo osallistuneiden kilpailijoiden kanssa, jossa heidän tulee jakaa opiskelijakategorian linkkiä. Oppilaitoksia voi myös lähestyä puhelimitse tai ottamalla yhteyttä sosiaalisessa mediassa yksityisviesteillä.

Student Game Award pitäisi saada yhdistettyä kursseille. Voimme tarjota esittelyä kilpailusta tunnilla ja ottaa siellä esille, että kurssin lopussa heillä on mahdollisuus ilmoittautua mukaan. Rekisteröityminen pitäisi tapahtua heti, jotta voimme pitää yhteyttä paremmin opiskelijoihin. Voimme myös kehittää sisältöä, jota voi kursseilla hyödyntää ja näin lisätä GDWC:n ja oppilaitosten välistä viestintää. Tässä voi käyttää hyväksi GDWC:n laajoja verkostoja.

Ongelmana on, että kilpailuun rekisteröityessä meillä ei ole tapaa, jolla saisimme tietää ovatko osallistujat opiskelijoita tai opettajia. Rekisteröintiin tulisi lisätä valinta ” I am student / teacher ”, jotta löytäisimme oikeat henkilöt. Tämän jälkeen pääsemme lähettämään muistutusviestiä, sekä viestimään esimerkiksi yhteistöistä tai uutisista, jotka saattaisivat kiinnostaa osallistujia.

#### **4.4.2 Vaiheen johtopäätökset**

Onnistuin tavoitteessani tehdä toteutussuunnitelma opiskelijakategorialle, Student Game Award:lle. Toteutussuunnitelmaan on ajoitettu kaikki suunniteltu viestintä, johon kuuluu: materiaalin suunnittelu, yhteydenoton aloittaminen opettajiin, muista GDWC tapahtumista ilmoittaminen, lomat, koulujen aukioloajat ja kisan etenemisestä ilmoittaminen, sekä muistuttaminen.

Suunnitelmaa otettiin jo keväällä 2022 käyttöön ja materiaalin suunnittelu eteni hyvin. Pohjaksi sähköpostiviestinnälle käy syksyn 2021 kontaktilista, jossa on laajasti eri koulujen yhteystietoja ja henkilöitä. Muutoksena yhteydenotto tehdään nyt johdolle ja yksittäisille opettajille samanaikaisesti. En

kuitenkaan ehtinyt toteuttaa tätä suunnitelman testaamisen aikana. Olisi ollut mahtavaa saada keilu tuloksia.

Siihen sisältyy myös sosiaaliseen mediaan suunniteltuja aiheita, jotka on ajoitettu. Tarkoituksena on aktivoida kilpailijoita, oppilaitoksia ja yleisöä seuraamaan kisaa koko kisakauden ajan. Siinä on myös mietitty markkinointi materiaalia ja kisoja, jotka saattaisivat aktivoida muitakin GDWC:n kilpailijoita.

## 5 TULOKSET JA JOHTAPÄÄTÖKSET

Tarkkana kuvauksena tutkimuksesta toimeksiantaja oli Ace Lagoon Oy, joka järjestää kansainvälistä, vuosittaista Game Development World Championshipiä, mikä on nimensä mukaisesti pelinkehitys kilpailu. Kehitystehtävänä oli saada korkeakoulut, alasta riippumatta, innostumaan kilpailun opiskelijakategoriasta Student Game Award ja/tai ilmoittamaan opiskelijaryhmiä mukaan kilpailuun. Tausta ongelmana oli, että oppilaitoksista oli todella hankala saada tietoa ja lähestymistapa oli GDWC:lle uusi. Opiskelijakategoria oli tehty kiireellä viime syksynä ja markkinointia ei ollut vielä kehitetty. Minkäänlaista aineistoa liittyen kategoriaan ei ollut vielä analysoitu.

Ratkaisuna aloin analysoimaan kategorian nykytilannetta syksyn 2021 pohjalta. Kävin läpi osallistujatietoja, sekä tehtyjä taustakeskusteluja oppilaitosten kanssa. Keräsin aineistoa myös haastatteleamalla suomalaisia pelinkehityksen opettajia ja opiskelijoita. Palvelumuotoilun prosessia teoriapohjana seuraten, mikä yksinkertaistettuna alkaa ratkaistavan ongelman ymmärtämisestä, jonka jälkeen kerätään asiakasymmärrystä ja kiteytetään sitä. Viimeisenä vaiheena kehitetään ratkaisu.

Päädyin tekemään toimenpidesuunnitelman ja aikataulun sille. Toimenpidesuunnitelmaan kuului rekisteröitymisen siirtäminen asiakaspolulla aikaisempaan vaiheeseen, mikä pitäisi lisätä rekisteröitymistien määrää. Sain vahvuutta ideaani priorisointi ja kehittämisvaiheessa. Jos tätä muutosta ei tehdä menee potentiaalia hukkaan. Myös markkinoinnissa tämä voi auttaa, jos viestinä on, että nyt voit rekisteröityä kilpailuun mukaan. Käyttää sitä ensimmäisenä askeleena opiskelijoille, sen sijaan, että heidän pitäisi aloittaa kokonaisen pelin kehittämisellä.

Markkinointia tulisi laajentaa erilaisiin kanaviin, jotta opiskelijat ja oppilaitokset saadaan paremmin tavoitettua. Syksyllä 2021 emme käyttäneet juuri muuta kuin esitteen jakamista oppilaitosten sähköpostiin. On vielä mahdotonta arvioida, kuinka tehokas toiminta on ja missä kanavissa on järkevintä jakaa kilpailun mainoksia, mutta haastatteluiden perusteella oppilaitosten sosiaalista mediaa seurataan suhteellisen tarkasti. (Lepistö, Tomi 2022.) Riski epäonnistumiselle on suuri.

Oppilaitoksiin tulee myös ottaa yhteyttä juuri tasolla eli opettajiin, että johto tasolla (päälliköt ja toimialavastaavat), jotta viesti saadaan nopeammin ja tehokkaammin oppilaitoksiin. Opettaja voi saada varmuutta esimieheltään lähtemään mukaan jakamaan tietoa opiskelijoille. Myös johtotaso



saattaa levittää tietoa kilpailusta isommalle osalle opiskelijoista, mihin yksi opettaja on kykeneväinen.

Student Game Award tulisi saada sisäistettyä pelinkehityskurssille, siten että kilpailuun ilmoittautuminen olisi kurssin tavoitteita. Tähän päästään esittelemällä mahdollisuus opettajalle, sekä tarjoamalla, että me voimme tulla etänä esittelemään kilpailu tunnille. Mahdolliset lisä aktiviteetit mitä voimme tarjota kurssille pitää vielä suunnitella lähempänä ajankohtaa.

Aikataulu luotiin tutkimuksen tulosten pohjalta ja esimerkiksi markkinointi jaettiin kahteen osaan palvelemaan oppilaitosten aikataulua. Lomakaudet rajoittavat todella paljon viestintää. Olen ottanut huomioon lomat, lukukausien keskivertaiset päättymisajat ja mahdolliset koe viikot huomioon ajoituksessa. On myös tärkeää, että viestintää voi panostaa yhtäjaksoisesti ainakin 4 kuukautta, sillä syksyllä 2021 huomattiin, että oppilaitokset reagoivat suurella viiveellä. Otamme toukokuusta elokuuhun yhteyttä oppilaitoksiin kevään opiskelijoiden ja projektien tiimoilta. Syksyllä prosessi alkaa ikään kuin alusta, kun uudet opiskelijat saapuvat ja kurssit vaihtuvat.

Suunnittelin myös erilliset asiakaspolut oppilaitoksille ja opiskelijoille. Opiskelijoiden asiakaspolku toimi sellaisenaan. Oppilaitoksen asiakaspolkuun lisäsin vielä missä vaiheessa tietoisuus, harkinta, sitoutuminen, palvelu ja aktiivisuus tulevat polulla. Oppilaitos saa tietoisuuden, kun se saa informaation kilpailusta sähköpostilla niin johto tasolla kuin opettajankin tasolla. On myös mahdollista sopia videopuhelussa, jossa oppilaitoksen keskeen käydään vielä tapahtuma läpi ja sen mahdollisuudet. Harkinta vaihe jää todella lyhyeksi oppilaitoksille, lisäksi tähän vaiheeseen lisää viestejä ja antaisin mahdollisuuden tutustua materiaaleihin ennen kuin ne pitää lähettää eteenpäin. Oppilaitos on jo jollain tasolla sitoutunut, kun se lähettää viestin eteenpäin opiskelijoille, mutta sitä voi lisätä ehdottamalla Student Game Awardin liittämistä kurssiin. Palvelu alkaa, kun opettaja rekisteröity sivulle ja ilmoitta opiskelija projektit mukaan kilpailuun. Hänellä on yhtäläiset mahdollisuudet kysyä apua asiakaspalvelusta kuin muillakin.

Ainoana ongelma kohtana on aktiivisuuden lisääminen. Tämä kuului myös haastatteluissa. Vaikka kaikkiin vastauksiin oppilaitos oli vastannut myöntävästi, ei viesti kuitenkaan ollut mennyt perille ja sitoutuminen ja aktiivisuus jäi puolitiehen. Markkinoinnin kasvattaminen ja jatkuva muistuttaminen voisi hoitaa ongelman. Kurssiin Student Game Awardin sijoittaminen toimisi myös. Kilpailuun ilmoittautumisen jälkeen opettaja jää passiiviseen rooliin, kunnes seuraava lukukausi alkaa. Toisin kuin opiskelijoilta, ei voi odottaa, että opettaja markkinoisi opiskelijoiden projekteja.

## 6 POHDINTA

Onnistuin tavoitteissani. Kehitystehtävänä on saada oppilaitokset innostumaan kilpailusta ja ilmoittamaan opiskelijoita mukaan kilpailuun. Suunnitelman toimivuutta ei kuitenkaan voi vielä mitata. Alkuperäisenä tarkoituksena oli tehdä markkinointiviestintä suunnitelma ja tästä näkyy fokus markkinointiin. Toin esille uusia ideoita ja kehityskohteita, sekä tein toimenpidesuunnitelman, että loin aikataulun toimenpiteille.

Tutkimus ei ollut yhtä laaja kuin olisin halunnut. Tämä johtui puhtaasti ajan puutteesta. Pystyin kuitenkin käyttämään hyväksi syksyllä 2021 tehtyä Student Game Award kokeilua ja käytyjä taustakeskusteluja oppilaitosten kanssa. Tämän lisäksi haastattelin suomalaisten pelinkehitys opiskelijoiden ja opettajien kanssa. Olisi ollut hyödyllistä vielä haastatella enemmän oppilaitoksia ympäri maailman, jotta saataisiin tietää tarkemmin mikä saisi oppilaitokset paremmin mukaan kilpailuun. Koska en päässyt tekemään näitä viimeisiä haastatteluja, voidaan sisäistä validiteettia kyseenalaistaa.

Virheenä oli lähteä tekemään opinnäytetyöstä markkinointiviestintäsuunnitelmaa, sillä tarkoituksena oli kehittää koko kategoriaa niin että se innostaisi oppilaitoksia kertomaan tapahtumasta opiskelijoille ja ilmoittamaan opiskelijaryhmiään mukaan. Kesken prosessin vaihdoin opinnäytetyön muodon seuraamaan palvelumuotoilun prosessia. Markkinointiviestintäsuunnitelma kuitenkin vielä näkyy varsinkin opinnäytetyön alussa, nykytilaa arvioidessa, sillä sinne on sisälletty mikro- ja makroympäristön tutkiminen, että SWOT analyysi.

Oppinäytetyötä tehdessä aikataulu oli iso ongelma. Alkuvaiheessa minulla oli todella hankala saada avustusta opinnäytetyön aloittamiseen ja ensimmäinen puoli vuotta meni täysin odotteluun. Nämä kaksi viimeistä kuukautta oli todella hektisiä ja tuntui, että nyt vasta pääsi kunnolla alkuun tutkimuksessa. Olisin mielelläni käyttänyt aikani erillä tavalla, jos vain olisin voinut.

Tätä opinnäytetyötä tuskin voi käyttää muissa tilanteissa hyväksi, sillä se on tehty todella spesifiin kehitystehtävään. Iso osa aineistosta pohjautuu viime syksyn Student Game Award kokeilusta tekee se aineistosta luotettavaa, mutta taustakeskusteluja ei ollut kirjattu millään tavalla ylös ja tänä keväänä tehdyt haastattelut tehtiin pienelle ryhmälle, joka tulee samalta alueelta, ei aineistoa voi täysin yleistää. Aineistossa otettiin huomioon oppilaitokset, opiskelijat ja kisaan osallistuneet, joten

jonkinlaista triangulaatiota oli nähtävissä. Reliabiliteetti oli hyvä, sillä ulkoisia tekijät otettiin huomioon PESTEL-analyyseissä ja kaikki niistä olivat hyvin pitkäaikaisia, joten suurta vaihtelua ei ole.

## LÄHTEET

Bergström, Seija & Leppänen, Arja 2021. Yrityksen asiakasmarkkinointi. Helsinki: Edita.

Birgit Mager 2020. The Future of Service Design. Köln: TH Köln. Hakupäivä 12.7.2022.  
[https://www.academia.edu/44459133/The\\_Future\\_of\\_Service\\_Design](https://www.academia.edu/44459133/The_Future_of_Service_Design)

Espoon kaupunki 2021. Palvelumuotoilun Työkalupakki. Espoo: Sivistystoimi. Hakupäivä 6.12.2021.  
[http://www.variaprojektit.fi/palvelumuotoilu/wp-content/uploads/2014/08/Sivistystoimen\\_tyokalupakki\\_palvelumuotoiluun2.pdf](http://www.variaprojektit.fi/palvelumuotoilu/wp-content/uploads/2014/08/Sivistystoimen_tyokalupakki_palvelumuotoiluun2.pdf)

Innanen, Piia 2018. Palvelumuotoilun prosessin vaiheet. Palvelumuotoilu Palo. Hakupäivä 13.8.2022.  
<https://www.palvelumuotoilupalo.fi/blogi/palvelumuotoilun-prosessin-vaiheet/>

Keisala, Katja 2012. Monikulttuurisen työyhteisön viestintä. Tampere: Tampereen yliopisto. Hakupäivä 6.12.2021.  
<https://trepo.tuni.fi/bitstream/handle/10024/103165/978-951-44-8865-8.pdf>

Kulha, Jarkko 2022. Opiskelija. Oulun ammattikorkeakoulu. Haastattelu 9.2.2022.

Laurila, Elise 2022. Opiskelija. Oulun ammattikorkeakoulu. Haastattelu 3.2.2022.

Lepistö, Tomi 2022. Opiskelija. Oulun ammattikorkeakoulu. Haastattelu 2.2.2022.

Määttä, Mika 2022. Pelinkehitysopettaja. Oulun ammattikorkeakoulu. Haastattelu 28.1.2022.

Mäkinen Milla 2022c. Piirros. Opiskelijoiden 2022 asiakaspolku

Mäkinen Milla 2022a. Piirros. Oppilaitosten 2021 asiakaspolku.

Mäkinen Milla 2022b. Piirros. Oppilaitosten 2022 asiakaspolku.

Neogames 2020. Selvitys: Pelialan koulutuksesta vuosina 2016–2019 valmistuneiden tai opintonsa keskeyttäneiden työllistyminen. Hakupäivä 5.12.2021.

<https://neogames.fi/wp-content/uploads/2020/09/TyollistyminenPelialalla.pdf>

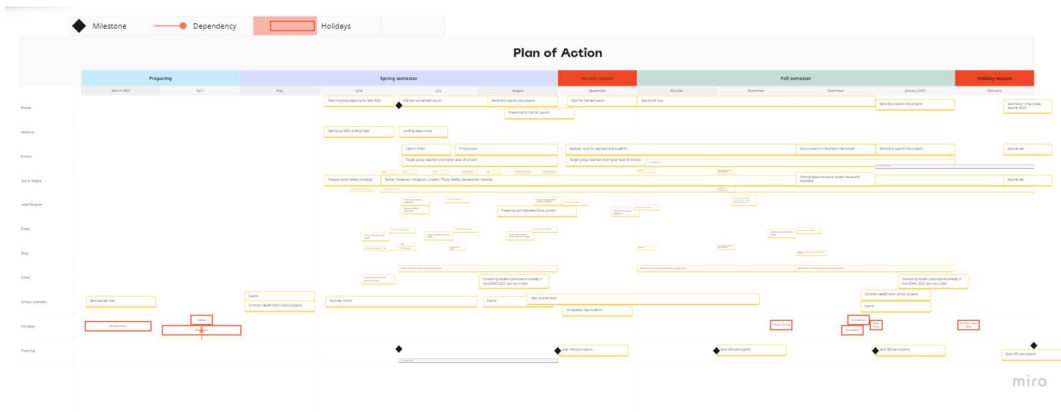
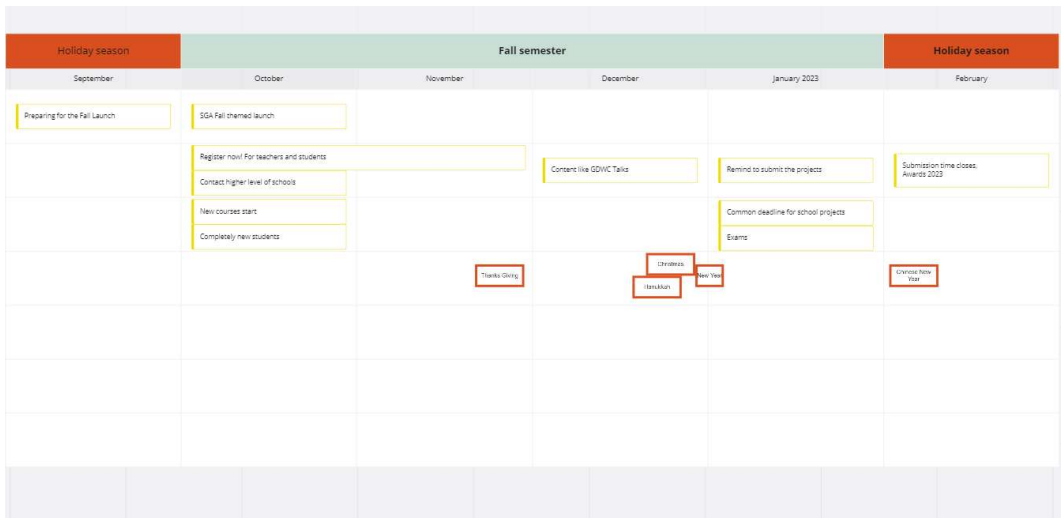
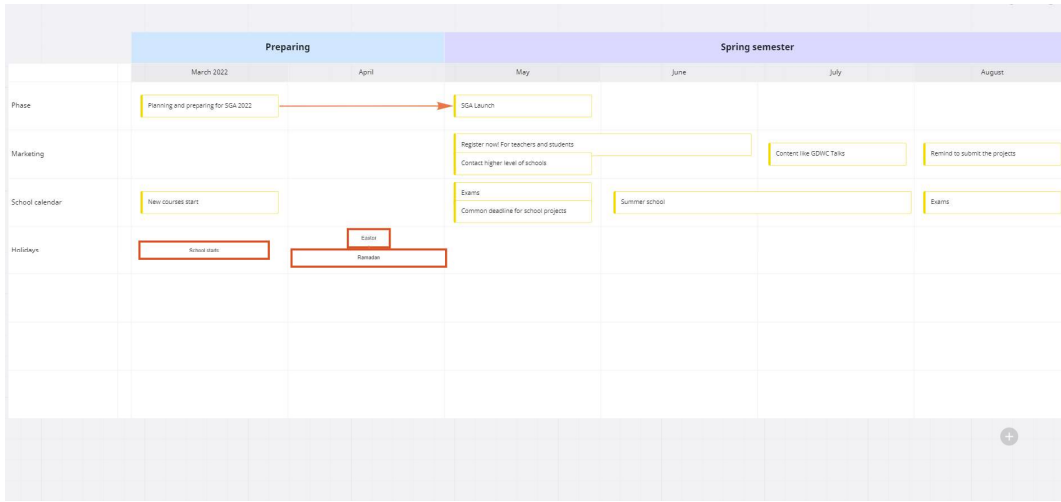
Räisänen, Teppo 2022. Koulutuspäällikkö. Oulun ammattikorkeakoulu. Haastattelu 3.2.2022.

Stickdorn, Marc, Lawrence, Adam, Hormess, Markus Edgar & Schneider, Jakob 2018. This Is Service Design Doing: Applying Service Design Thinking in the Real World : A Practitioners' Handbook. EBSCOhost Ebooks. Vaatii käyttöoikeuden. Hakupäivä 28.4.2022.

Tilastokeskus 2020. Kulttuurisatelliitti. Hakupäivä 5.12.2021.

[https://www.stat.fi/til/klts/2018/klts\\_2018\\_2020-10-07\\_tie\\_001\\_fi.html](https://www.stat.fi/til/klts/2018/klts_2018_2020-10-07_tie_001_fi.html)

Översti, Leo 2022. Opiskelija. Haastattelu 7.2.2022.



Haastateltava:

Linja:

1. Mikä innostaisi opiskelijoita ilmoittautumaan kilpailuun?
2. Palaute, rekry mahdollisuudet, oman osaamisen kasvattaminen? Mikä kiinnostaa eniten?
3. Mistä ja miten opiskelijat saadaan parhaiten kiinni ja mistä reiteistä ei ainakaan?
4. Minkälaiset materiaalit olisivat tarpeelliset?
5. Miksi opiskelija tai opettaja ei haluaisi osallistua kilpailuun?
6. Miksi opiskelet/opetat pelinkehitystä?
7. Olisiko teillä tiimi, joka on innostunut osallistumaan?
8. Entä jos kilpailu olisi osa kurssia?
9. Onko kiinnostusta online kursseille?
10. Milloin opiskelijoiden projektit valmistuvat? Kuinka pitkät opinnot yleensä ovat?
11. Onko ilmoittautumisaika liian pitkä vai lyhyt?