

Pelistriimaaminen tulonlähteenä

Matias Korhonen

Opinnäytetyö
Myyntityön koulutusohjelma
2021



Tekijä(t) Matias Korhonen	
Koulutusohjelma Myynti	
Raportin/Opinnäytetyön nimi Pelistriimaaminen tulonlähteenä	Sivu- ja liitesivumäärä 31 + 6
<p>Opinnäytetyön tavoitteena on esittää, kuinka pelistriimaamisesta voi luoda itselleen tulonlähteen. Opinnäytetyössä käydään läpi pelistriimaamista kokonaisvaltaisesti, tuoden esille erilaisia vaihtoehtoja ja tapoja, joilla pelistriimistä voi luoda onnistuneen.</p> <p>Rakenne koostuu teoria osuudesta, kirjoittajan omista kokemuksista, pelistriimaukseen liittyvistä muista tiedoista ja käsikirjasta, joka on pika-opas onnistuneen pelistriimin aloittamiseksi.</p> <p>Aluksi esitetään mitkä ovat tämän hetken suosituimmat striimausalustat. Sen jälkeen käydään läpi pelistriimaamisen ansaintamahdollisuudet ja keinot, joilla striimin suosiota voi kasvattaa. Opinnäytetyössä esitetään myös tutkimusaineistoa, jossa on perehdytty syihin, miksi pelistriimejä katsotaan.</p> <p>Opinnäytetyössä kerrotaan olennaisimmat käsitteet ja palvelut aiheen ympärillä. Opinnäytetyö käy läpi tapoja, joilla striimistä tehdään katsojalle viihdyttävä ja valmentaa, kuinka striimauksesta saa tehtyä sujuvaa.</p> <p>Henkilöbrändin rooli pelistriimaamisessa käydään myös läpi. Kirjoittaja kertoo omista kokemuksista pelistriimien katsomisesta. Kirjoittaja käy läpi asiat, joita pelistriimaajalta vaaditaan, jotta hän onnistuisi ilman suurempia ongelmia.</p> <p>Opinnäytetyön toiminnallinen tuotos on Pelistriimaamisen käsikirja, joka tarjoaa aiheesta kiinnostuneelle, pelistriimauksen aloittamista suunnittelevalle tiedot onnistuneen pelistriimin aloittamiseen. Käsikirjassa kerrotaan myös tarkemmin, kuinka striimausohjelman voi asettaa valmiiksi ensimmäistä striimiä varten.</p>	
Asiasanat Pelistriimaaminen, henkilöbrändi, Twitch	

Sisällys

1	Johdanto	1
1.1	Toimeksiantajan esittely ja opinnäytetyön tavoitteet.....	1
1.2	Opinnäytetyön rakenne ja peittomatriisi	2
2	Striimausalueet.....	3
2.1	Twitch	4
2.2	YouTube Gaming Live	5
2.3	Facebook gaming	5
2.4	Odysee	6
3	Pelistriimaajan tulonlähteet.....	7
4	Kanavan kasvattaminen	9
4.1	Tavoitteiden asettaminen ja usein striimaaminen	9
4.2	Lisäarvon tarjoaminen.....	9
4.3	Oikeiden pelien pelaaminen	10
5	Vuorovaikutteisuus.....	12
6	Henkilöbrändin luominen.....	15
6.1	Tarina on tie katsojien sydämeen.....	15
6.2	Tehokeinot henkilöbrändin luomisessa	16
6.3	Oman kilpailuvaltin määrittäminen.....	16
7	Kokemus pelistriimin katsomisesta.....	18
7.1	Pelistriimien katsomisen ominaisuudet, vaikutukset ja lisäarvot	19
8	Striimaamisen käsitteet ja hyödynnettävät palvelut	23
9	Pelistriimaamisen käsikirja	25
9.1	Projektisuunnitelma, aikataulu ja toteutus	25
9.2	Aineisto, sen keruumenetelmät ja luotettavuus	26
10	Pohdinta.....	27
10.1	Kehittämisen- ja jatkotutkimusehdotukset	27
10.2	Opinnäytetyöprosessin ja oman oppimisen arviointi.....	28
	Lähteet	29
	Liitteet.....	32
	Liite 1. Pelistriimaamisen käsikirja.....	32

1 Johdanto

Pelistriimaaminen ja pelistriimien katselu on jo vuosia kasvanut kiihtyvällä vauhdilla. Aikaisemmasta marginaali-ilmiöstä on kasvanut valtavirtaa. Monikaan tietokonepelejä rakastavista ei voinut kuvitellakaan 20 vuotta sitten, että jonakin päivänä pelaamisesta voi tehdä itselleen jopa työn. Harva kuitenkaan pystyy pärjäämään eri peleissä aivan korkeimmalla tasolla.

Pelistriimin menestymisen ehtona ei kuitenkaan välttämättä ole korkeat pelaamistaidot, vaan striimin voi saada suosituksi myös vaikkapa tarjoamalla opetuksellista sisältöä tai olemalla yksinkertaisesti viihdyttävää seurattavaa. Tässä opinnäytetyössä perehdytään pelistriimaamisen maailmaan tutkien sen taloudellisten hyötyjen maksimointia. Pelistriimaamiseen liittyy vahvasti myös henkilöbrändäys, jolle tässä opinnäytetyössä varataan myös oma tilansa.

Opinnäytetyössä perehdytään myös kirjoittajan omien kokemusten ja Yung-Chi Shenin tutkimuksen kautta syihin, miksi pelistriimejä katsotaan. Näiden tietojen avulla on tarkoitus avata pelistriimaamista myös siitä täysin tietämättömille ja auttaa heitä ymmärtämään mistä on kyse.

1.1 Toimeksiantajan esittely ja opinnäytetyön tavoitteet

Opinnäytetyön kirjoittaja toimii itse toimeksiantajana. Kirjoittaja on harrastanut pelistriimausta satunnaisesti vuodesta 2014 saakka. Striimaaminen on kuitenkin ollut hyvin satunnaista ja amatöörimäistä. Tämän työn suurimmaksi hyötyjäksi pyrkiikin siis kirjoittaja itse, jotta halutessaan oman striimaamisen saisi kehitettyä sille tasolle, että pelistriimaaminen muuttuisi satunnaisesta harrastuksesta tulonlähteeksi.

Päätavoitteena on selvittää ja esittää, kuinka pelistriimaamisesta voi tehdä itselleen tulonlähteen. Tarkoituksena on tarkastella erilaisia pelistriimaamisen mahdollistavia tulonlähteitä ja selvittää millaisia ovat toimivat striimauskonseptit. Tärkeänä osana tavoitteita on Pelistriimaamisen käsikirja, jonka on tarkoitus olla hyvin nopea luettava ja selkeä ohje, jonka avulla kuka tahansa aiheesta kiinnostunut kykenee aloittamaan pelistriimaamisen.

Osatavoitteena tarkastellaan henkilöbrändäyksen roolia pelistriimaamisessa. Aiheeseen perehdytään kirjallisten lähteiden kautta, mutta myös joitain internetsivustoja hyödynnetään.

1.2 Opinnäytetyön rakenne ja peittomatriisi

Tärkein tavoite opinnäytetyöllä on selvittää, kuinka pelistriimaamisesta on mahdollista luoda itselleen tulonlähde. Osatavoitteena on henkilöbrändäyksen roolin tarkastelu osana pelistriimiä.

Opinnäytetyö koostuu teoria osuudesta, muista aiheeseen liittyvistä tiedoista, kirjoittajan omista kokemuksista ja Pelistriimaamisen käsikirjasta, joka on tämän opinnäytetyön toiminnallinen tuotos.

Osatavoitteena on myös selvittää, miksi pelistriimejä katsotaan. Asiaan perehdytään tutkimuksen kautta, mutta myös kirjoittajan omat kokemukset vuodesta 2014 saakka on lisätty kokonaisuuteen tuomaan lisäselvyyttä asiasta.

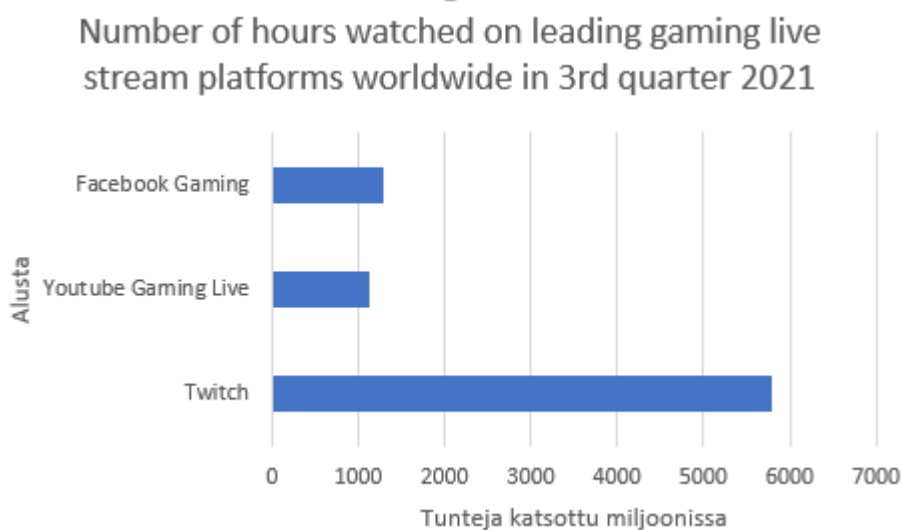
Tavoitteet	Tietoperusta	Projektinhallinta- ja toteutusmenetelmät	Tulokset
Pää tavoite: Kuinka luodaan pelistriimaamisesta tulonlähde	Erilaiset internet sivustot ja tutkimukset	Etukäteen suunniteltu aikataulu riskianalyysiin, aiheen tutkiminen useista eri lähteistä	Pelistriimaamisen käsikirja
Osatavoite: Henkilöbrändäyksen roolin tarkastelu pelistriimauksessa	Kirjalähteet, internet sivustot	Aiheen tutkiminen useista eri lähteistä	Henkilöbrändin luominen osana pelistriimaamista -osio
Osatavoite: Miksi pelistriimejä katsotaan	Tutkimukset, kirjoittajan omat kokemukset	Tutkimuksen etsiminen, tutkimuksen jäsentely opinnäytetyöhön, kirjoittajan omien kokemusten lisääminen	Kokemus pelistriimien katsomisesta -osio.

Kuvio 1: Peittomatriisi.

2 Striimausalustat

Striimausalustat ovat kohtaamispaikkoja, jotka yhdistävät striimaajat ja katsojat. Alustat luovat sisältöä ja tarjoavat palvelimet, joiden avulla toimintaa pidetään yllä. Alustatarjoajat ottavat siivun lähes kaikesta toiminnasta, joka pelistriimaamiseen liittyy. Alustan valinta kannattaa tehdä tarkkaan, koska se on samalla myös työnantaja ja palkanmaksaja. On myös hyvä pitää mieli avoimena muille alustoille ja tutustua multistriimaus ideaan, jossa striimataan yhtä aikaa useaan eri alustaan. Striimausalustat ovat hyviä renkejä, mutta huonoja isäntiä. (Keskinäinen Eläkevakuutusyhtiö Ilmarinen)

Twitch.tv toimii tällä hetkellä suosituimpana pelistriimaamisen mahdollistavana alustana. Toiseksi suosituimmaksi on kiilannut viime aikoina Facebook ja kolmantena on Youtube Gaming Live. Seuraavien taulukoiden tietojen valossa, tässä opinnäytetyössä keskitytään pääasiallisesti Twitchiin. Kuten kuvasta 1 käy ilmi, Twitchiä on katsottu viime vuoden kolmannella neljänneksellä 5 787 000 000 tuntia, joka on yli kaksi kertaa enemmän, kuin toiseksi ja kolmanneksi suurimmalla toimijalla on katsojatunteja yhteensä. (Streamlabs 2021)



Kuva 1. Number of hours watched on leading gaming live stream platforms worldwide in 3rd quarter 2021 (Mukaiillen Statista 2021)

Pelistriimien katsomisen suosio on suorastaan räjähtänyt aivan viime vuosina. Koko toimiala kasvoi kaksinkertaiseksi vuosien 2019 ja 2020 välillä. Seuraavassa taulukossa 1 käydään läpi lukuja tarkemmin huhtikuun 2019 ja 2020 välillä alustoittain.

Taulukko 1. Vertailu Twitchin, Facebook gamingin ja Youtube gamingin välillä (Mukaillen Streamelements 2020)

Alusta	Tunteja katsottu – huhtikuu 2019	Tunteja katsottu – huhtikuu 2020	Vuosittainen kasvu prosentteina
Twitch	750 miljoonaa	1491 miljoonaa	98 %
Youtube gaming	279 miljoonaa	461 miljoonaa	65 %
Facebook gaming	86 miljoonaa	291 miljoonaa	238 %
Koko toimiala	1971 miljoonaa	3934 miljoonaa	99 %

2.1 Twitch

Twitch on Amazonin omistama kesäkuussa vuonna 2011 perustettu striimauspalvelu. Se on keskittynyt tarjoamaan alustan tietokone- ja konsolipelaajille. Kuka tahansa voi palvelun kautta aloittaa suoratoiston videosisällöstä internetiin.

Eniten Twitchistä löytyy pelistriimejä, mutta viime vuosina enemmän jalansijaa ovat ottaneet myös erilaiset keskustelu, musiikki ja ruoanlaitto kanavat. Twitch on maailman 32. vierailuin nettisivusto tätä kirjoittaessa. (Wikipedia 2022)

Twitchin liikevaihto on kasvanut yli 20 kertaiseksi neljässä vuodessa, kuten taulukon 2 tiedoista käy ilmi. Myös Twitchin striimaajien kasvu on ollut suurta varsinkin viime vuosina, kuten taulukosta 3 käy ilmi. Vuosien 2019 ja 2020 välillä yli 3 miljoonaa uutta striimaajaa on liittynyt alustalle.

Taulukko 2. Twitchin liikevaihdon kasvu. (Mukaillen Businessofapps 2022)

Twitch.tv sivuston liikevaihto vuosittain	
2016	0.1 miljardia dollaria
2017	0.4 miljardia dollaria
2018	0.9 miljardia dollaria
2019	1.5 miljardia dollaria
2020	2.3 miljardia dollaria

Taulukko 3. Twitchin striimaajien määrän kasvu (Mukaillen Businessofapps 2022)

Twitch.tv striimaajat - vuosi	Aktiiviset kanavat – vähintään kerran kuussa striimaavat
2012	0.3 miljoonaa
2013	0.9 miljoonaa
2014	1.5 miljoonaa
2015	1.7 miljoonaa
2016	1.8 miljoonaa
2017	2.0 miljoonaa
2018	3.3 miljoonaa
2019	3.6 miljoonaa
2020	6.9 miljoonaa
2021	9.0 miljoonaa

2.2 YouTube Gaming Live

Youtube Gaming Live on osa YouTubea. Se tarjoaa mahdollisuuden striimata pelejä. Itse striimausprosessi ei eroa tavallisesta striimaamisesta, mutta valitessaan striimille kategoriaksi pelaamisen, YouTube sijoittaa striimin Youtube Gaming Live -kategoriaan. (Youtube 2021)

Alustaa valitessa on myös hyvä tiedostaa, millä tavalla kukin alusta toimii. Youtube on alallaan hyvin dominoiva ja he ovat monen muun alustan tapaan ottaneet käsiinsä oikeuden päättää kenen sisältöä tai millaista sisältöä alustalla näytetään. Sen jälkeen he myyvät tiedot eteenpäin mainostajille tai muille tahoille, jotka ovat kiinnostuneita tietämään mitä kukakin käyttäjä katsoo. (Koponen 2019, 41)

2.3 Facebook gaming

Facebookin Watch -osiosta voi siirtyä katsomaan live-lähetystyksiä. Pelistriimeille on oma kategoriansa. Facebookin eduksi voisi sanoa monelle tutun käyttöliittymän. Facebook tarjoaa alustan, jonne striimaaja voi ladata tai striimata pelisisältöä. Alustan kautta voi seurata ja tukea haluamiaan lähettäjiä. (Facebook 2022)

Facebook gaming koostuu neljästä eri osiosta. Gaming video hub kokoaa yhteen paikkaan kaikki peleihin liittyvät videosisällöt. Tournaments -toiminnon kautta voi järjestää turnauksia ja haastaa muita pelaajia. Facebookissa on myös mahdollista pelata pelejä, yksin tai kavereiden kanssa. Live Esports on facebook gamingin neljäs osa-alue, joka nimensä mukaisesti toimii paikkana, jonne kaikki facebookkiin striimattavat e-urheilu lähetykset kootaan. (Influencemarketinghub 2022)

2.4 Odysee

Odysee on YouTuben tapainen videoalusta. Sen perusti syyskuussa 2020 amerikkalainen nimeltä Jeremy Kauffman. Se perustuu LBRY:n verkoston protokollaan ja hyödyntää lohkoketjuteknologiaa. Protokolla on hajautettu ja avointa lähdekoodia. (Wikipedia 2022)

Sensuurin puuttuessa ja Odyseen muutenkin ollessa hyvin erilainen toimija kuin alan teknologiajätit, siitä onkin povattu yhtä parhaista vaihtoehdoista esimerkiksi YouTubelle. Odyseen toiminnassa käytetään LBC-nimistä kryptovaluuttaa, joka on käytössä LBRY:n ekosysteemissä. (Wikipedia 2022)

On myös merkille pantavaa, että Odysee suunnittelee parhaillaan Patreonin kaltaisen tukijäsenyyden mahdollistamista alustallaan. Odysee lupaa viestissään Twitterissä, että 100 % tästä maksusta menee itse sisällöntuottajalle. Vain maksunvälityspalkkio vähennetään tukisummasta. Tämän on hyvin poikkeuksellinen lupaus, koska esimerkiksi Twitch ottaa kaikista tason 1 kanavatilauksista 50 % itselleen. (Odysee 11.3.2022)

3 Pelistriimaajan tulonlähteet

Pelistriimaajalla on useita eri mahdollisuuksia, joista itselleen voi luoda tulonlähteen, kanavalle liikennettä tuovan keinon tai molemmat.

Kanavatilaukset. Kun Twitch.tv alustassa omalle kanavalleen saa yli 50 seuraajaa, lähettää yhteensä yli 500 minuuttia, seitsemänä eri päivänä vähintään 3 katsojan keskiarvolla, saavuttaa oikeuden hakea Twitchiltä affiliate-kumppanuutta. (Twitch 2021)

Affiliate jäsenien kanavia voi tilata hieman eri maissa vaihtelevaan hintaan. Tason 1 tilauksen hinnasta puolet menee Twitchille, kun taas puolet saa striimaaja. Suomessa tilauksen hinta on 4,99 €. (Twitch 2021)

Lahjoitukset. Kanavan esittely osioon voi lisätä ”lahjoita-napin” paypalin, streamlabsin, muxyn tai donorboxin avulla. Lahjoitukset voi ohjata esimerkiksi paypal tilille.

Twitch Bits. Yhtenä lahjoittamisen muotona Twitchissä käytetään bittejä. Twitchistä voi ostaa itselleen haluamasi määrän bittejä ja niitä lahjoittamalla voi tukea haluamaansa lähettäjä. Twitchin Affiliate jäsenet tienaaavat 0.01 \$ jokaista lahjoitettua bittiä kohden.

Youtube. Youtube-kanavalle voi lisätä koosteita striimien huippuhetkistä ja näin saavuttaa näkyvyyttä. Saavuttaessa tarpeeksi katsojia videoille, voi myös alkaa tienamaan Youtube-mainoksilla. Saattaa kuitenkin viedä pidemmän aikaa, että saavuttaa riittävät katsojaluvut mainoksilla tienäämiseksi. On kuitenkin mahdollista ohjata liikennettä Twitch-profiiliin Youtube-kanavan kautta. (Oberlo 2022)

Patreon. Patreonin avulla fanit voivat alkaa maksamaan kuukausittain korvausta luodusta lisäarvosta heille. On mahdollista esimerkiksi julkaista sisältöä yksinomaan Patreon-tukijoille tai muilla tavoin alkaa luomaan itselleen kuukausittaista lahjoittajaverkostoa. (Patreon 2022)

Kumppanuusmarkkinointi. Lisäämällä Twitch-profiiliin linkin ulkoisen kumppanin sivustolla oleviin tuotteisiin tai palveluihin, voi alkaa tienamaan jokaisesta linkin kautta tapahtuneesta ostoksesta pienen siivun tai joissakin tapauksissa voi tienata pelkästään jo linkin klikkauksesta.

Yksi suosituimmista kumppanuusmarkkinointi palveluista on Amazon Associates, joka mahdollistaa jokaisesta linkkisi kautta tehdystä ostoksesta sovitun mukaisen provision.

Brändin mukaan räätälöidyt tuotteet. Kasvatettuaan tarpeeksi suuren ja sitoutuneen kannattajakunnan itselleen, he saattavat olla kiinnostuneita ostamaan erilaisia tuotteita, joissa on esimerkiksi kanavan logo. Näitä tuotteita voi olla esimerkiksi räätälöidyt t-paidat tai mukit.

Myydäkseen näitä tuotteita, voi esimerkiksi perustaa Shopify-nimiseen palveluun itselleen kauppapaikan. Sen jälkeen voi luoda tuotteet käyttämällä Printify tai Printful nimisiä ap-
peja.

Itselleen voi luoda logoja tai muita muotoiluja käyttämällä hyödykseen esimerkiksi Hatchful tai Canva nimisiä työkaluja. Parhaimman lopputuloksen saa kuitenkin palkkaamalla ammattilaisen suunnittelijan käyttöön. Palkkauksen voi tehdä esimerkiksi Fiverr tai Upwork alustoista.

Sponsorointi sopimukset. Mainostamalla erilaisia tuotteita kanavaprofiilissa, voi saada tuloa jo pelkästään linkin lisäämisestä profiiliisi. Mainostaa voi useita erilaisia tuotteita katsojilleen, mutta parhaan lopputuloksen saavuttamiseksi kannattaa huomioida katsojakunnan profilointi. Mainostamalla oikeita tuotteita oikealla kohderyhmälle tulokset tehostuvat.

Usein mainostajat itse ottavat yhteyttä striimaajiin, joiden kanssa yhteistyö heitä kiinnostaa. On kuitenkin mahdollista ottaa itse myös yhteyttä eri mainostajiin ja ehdottaa heille yhteistyötä. On myös olemassa erilaisia palveluita, jotka tuovat mainostajat ja striimaajat yhteen. Edellä kuvatun mukaista palvelua tarjoaa esimerkiksi Powerspike.

Mainos tuotot Twitchistä. Twitch Partner -kumppanuuden saavutettua voi alkaa tienämään näyttämällä katsojilleen mainoksia. Mainokset voi asettaa näkyväksi jonkun klikattua striimin auki tai kesken striimin, esimerkiksi lounastauon aikana.

Mainoksista saatavat tulot vaihtelevat. Maksettavien palkkioiden määrään vaikuttaa muun muassa: katsojamäärä, katsojien sijainti, katsojien sukupuoli ja ikä, striimattava peli ja kausiluonteisuus. Loma-aikaan mainospalkkiot ovat yleensä suuremmat. Mainospalkkiot vaihtelevat yleensä 0,002 € ja 0,01 € välillä per näyttökerta. Kyseessä ei siis ole kovin suuri tulonlähde, ellei kanavalla jo ole tuhansia katsojia jatkuvasti. (Oberlo 2022)

4 Kanavan kasvattaminen

Tämä osio on kirjoitettu käyttäen lähteenä Gleam.io -sivustolla olevaa artikkelia, jossa käydään läpi erilaisia tapoja kasvattaa Twitch -kanavaa. Osion tarkoitus on esittää parhaimpia tapoja kanavan suosion kasvattamiseksi.

Kuten varmasti moni tietää, se ei riitä, että napsauttaa vain lähetyksen päälle ja odottaa, että katsojat löytävät paikalle. Yhteisön luominen kanavan ympärille on pitkäjänteistä työtä, joka monelta jää puolitiehen.

4.1 Tavoitteiden asettaminen ja usein striimaaminen

Tavoitteiden olisi hyvä olla rakennettu niin, että ne ovat tarkkoja, mitattavissa, saavutettavissa olevia, merkityksellisiä ja aikarajoitettuja. Tavoitteiden tulisi olla tarkkoja ja selkeitä. Esimerkiksi jokin tietty määrä seuraajia tiettyyn päivään mennessä.

Jotta tietää mikä tavoitteiden kanssa on tilanne, niiden tulisi olla mitattavissa.

Asettamalla realistiset tavoitteet voi todennäköisemmin myös saavuttaa ne.

Tavoitteiden tulisi pohjautua kanavan kasvustrategiaan, jotta niillä olisi merkitystä vaikkapa jonkin tietyn strategisen virstanpylvään saavuttamisessa.

Jotta voi suhteuttaa oman toiminnan tavoitteen saavuttamiseksi, sille olisi hyvä asettaa jokin takaraja.

Striimaaminen usein ja säännöllisesti. Saavuttaakseen uskollisia seuraajia, jotka palaavat kanavan chatin aina kun aloittaa uuden lähetyksen, tarvitaan tarkka aikataulu striimille. Säännöllisesti tiettyinä aikoina striimaamisella tavoittaa ne ihmiset, jotka niihin aikoihin yleensä striimejä katsovat.

Kannattaa siis tehdä tarkka aikataulu lähetyksille ja jakaa se yhteisölle. Tiedota mahdollisista muutoksista aikataulussa, jotta katsojat eivät turhaan saavu paikalle. (Gleam 2022)

4.2 Lisäarvon tarjoaminen

Miksi joku haluaisi katsoa juuri omaa lähetystä, eikä jotain toista miljoonista lähettäjästä, on kysymys, jonka jokaisen aloittavan striimaajan tulisi kysyä itseltään.

Tuen tarjoaminen ostopäätöksille. Voi esimerkiksi hankkia jonkin uuden pelin ja pelata sitä lähetyksessä. Antamalla säännöllisesti palautetta pelistä voi olla hyvä idea, jotta kat-

sojat voivat saada lisätietoa ostopäätöksiensä tueksi. Varsinkin uskollisimmat katsojat arvostavat jokaista mielipidettä ja kuuntelevat tarkasti kyseisen pelin ostamista mieltiesään.

Vinkkien ja neuvojen antaminen. Moni katsoja saapuu Twitchiin parantaakseen omia pelisuorituksiaan. Jos itseltä löytyy tietämystä jostain tietystä pelistä tai sen osa-alueista, tietojen välittäminen katsojille saa heidät palaamaan striimiisi entistä tiedonjanoisempana.

Ammattilaistason pelaaminen. Jos pelaa jotain peliä lähes sen korkeimmalla tasolla, moni on varmasti kiinnostunut millä tavoin tilanteeseen on päätyttyä ja millä keinoin pystyy sillä tasolla pärjäämään. Tietämyksen jakaminen oikeanlaisesta pelityylistä ja kommunikoinnista pelaajien kanssa herättää kiinnostuksen katsojissa, jotka haluavat oppia pelaamaan paremmin.

Katsojien hurmaaminen persoonallisuudella. Katsojat tykkäävät erikoisista persoonista. Olemalla oma hauska itsensä, saattaa saada osan katsojista viihtymään lähetyksissä ihan vain persoonan vuoksi. Tunnistamalla persoonallisuudesta niitä piirteitä, joista katsojat pitävät, antaa mahdollisuuden kehittää itsestään entistä viihdyttävämmän.

Uniikkisuus saattaa olla hyvin haastavaa, mutta ei välttämättä. Jos kykenee tekemään joitain asioita tavoilla, joita muut eivät tee, saattaa löytää täysin uuden kannattajaryhmän. Voi olla, että jokin striimaaja saattaa vaikka pelata jotain peliä täysin erilaisella näkökulmalla kuin muut tai käyttäytyä mielenkiintoisella tavalla erilaisilla tilanteissa, joita pelaamisen ohessa tulee vastaan.

Tee kanavasta visuaalisesti näyttävä. Siistillä ja organisoidulla paneelien asettelulla antaa katsojille kuvan itsestään ammattimaisena ja houkuttelevana lähettäjänä. Hyviä tapoja kehittää kanavan paneeliosiota on lisätä esittelyyn tekstiä, luoda kanavalle oma visuaalinen ilme ja käyttää kuvia tekstin sijaan. (Gleam 2022)

4.3 Oikeiden pelien pelaaminen

Kannattaa yrittää löytää peli, jota pelaa lähetyksissä säännöllisesti. Pelin valinnassa on järkevää ottaa huomioon pelin suosio, koska suosittummat pelit saavat myös enemmän suosiota Twitchissä. Olisi tietysti tärkeää, että tykkää pelistä myös itse, jotta jaksaa striimata sitä säännöllisesti.

Striimaamalla peliä, josta aidosti pitää, saa todennäköisemmin myös katsojat kiinnostumaan. Omien taitojen huomioiminen on järkevää. Loogisinta on tietysti pelata peliä, jossa kukin suoriutuu parhaiten.

Kannattaa myös pysyä kärryillä uusista peleistä. Tutkimalla uusia pelejä Steamista tai pelisivustoilta, saattaa löytää pelejä, jotka kiinnostavat itseä sekä katsojia. Jos pelillä on sopivan verran pelaajia, mutta vähän lähettäjiä Twitchissä, saattaa löytää itselleen sopivan markkinaraon iskeä.

Jos on pelannut paljon Battle Royale -pelejä, voi selvittää esimerkiksi mitä uusia samantyyppisiä pelejä on tulossa tai ovat early-access tai beta -kehitysasteella. Voi striimata jotain tällaista uutta tulevaa peliä tai voi myös olla yhteydessä pelinkehittäjään, olisiko heillä mahdollista antaa pääsy uuteen peliin vielä sen kehitysvaiheessa. Näin voi saada ilmaista näkyvyyttä kanavalle ja uusi peli taas saa striimaajan kautta näkyvyyttä.

Yksi vaihtoehto on myös olla ns. Vaihteleva striimaaja. Voi vaikkapa ilmoittaa striimaavan jotain peliä alkuvuikosta ja toista peliä loppuvuikosta. Näin pystyy saavuttamaan laajemman määrän erilaisista peleistä kiinnostuneita katsojia. Toinen vaihtoehto voisi olla, että striimailee välillä retropelejä, välillä uusia pelejä ja taas välillä omaa suosikkipeliä. Ennen kaikkea on tärkeää kehittää suunnitelma, jota noudattaa. (Gleam 2022)

5 Vuorovaikutteisuus

Tämä osio on kirjoitettu käyttäen lähteenä Gleam.io -sivustolla olevaa artikkelia, jossa käydään läpi erilaisia tapoja olla vuorovaikutuksessa katsojensa kanssa.

On hyvin tärkeää, että kykenee kommunikoimaan katsojien kanssa. Yksi suurimmista syistä, miksi ihmiset katsovat mieluummin striimejä, kuin pelivideoita, on striimien vuorovaikutteisuus. Katsojat haluavat kommentoida sisältöä, kysyä kysymyksiä ja osallistua lähetystyöihin muin mahdollistamin keinoin.

Katsojat eivät pelkää tule katsomaan striimaajaa pelaamassa. He tulevat myös tutustumaan häneen ja keskustelemaan toisten katsojien kanssa. Keskustelemalla katsojien kanssa saa uusia seuraajia ja katsojia, jotka palaavat lähetystyöihin yhä uudestaan.

Lähetystyön chatin seuraaminen toiselta näytöltä. Jos haluaa suoriutua katsojien kanssa kommunikoinnista hyvin, on äärimmäisen tärkeää, että pysyy koko ajan perillä mitä kanavan chatissa tapahtuu. Varsinkin, jos on vielä aloitteleva striimaaja, on hyvä pyrkiä luomaan keskusteluyhteys jokaiseen uuteen katsojaan.

Asia tietysti vaikeutuu suosion kasvaessa, mutta on hyvä silti pyrkiä pysymään perillä aiheista, joista chatissa keskustellaan ja vastailta myös säännöllisesti yksittäisiin viesteihin. Chatin seuraaminen samalla kun pelaa saattaa olla varsinkin aluksi hyvinkin haastavaa, siksi onkin erittäin suositeltavaa hankkia toinen näyttö, jota käyttää pelkäämään kanavan keskustelun seuraamiseen.

Jatkuvasti puhuminen. Olemalla vain hiljaa, ei juurikaan eroa tavallisesta YouTube videosta. Jos haluaa pitää katsojat osallistettuna ja viihdytettynä, on hyvä puhua jatkuvasti. Joskus tämä saattaa tarkoittaa myös sitä, että puhuu vaikka ketään ei juuri sillä hetkellä katsoisikaan. Tällä tavoin on mahdollista pitää striimissä tietynlaista rytmiä yllä, joka mahdollistaa katsojan hyppäämisen mukaan lähetystyöön, joka osallistaa heti.

Kun huomaa saavansa uusia katsojia, on hyvä kertoa heille striimin aikataulu. Kannattaa myös toivottaa jokainen uusi katsoja tervetulleeksi silloin, kun he kirjoittavat ensimmäisen viestinsä chatiin. Uusien seuraajien ja tilaajien kiittäminen on hyvä olla rutiininomaista. On mahdollista houkutella uusia seuraajia tai tilaajia tarjoamalla uniikin tavan kiittää heitä, vaikkapa ristimällä heidät seuraajiesi ritarikuntaan hausalla tavalla, joka antaa heille hetkeksi huomiota. Vastailminen kysymyksiin, reagoiminen kommentteihin ja jäähyväisten

antaminen katsojille, jotka ilmoittavat lopettavansa katsomisen siltä erää, ovat sitä perusteke-
kemistä, johon olisi hyvä tottua.

Joitain pelejä pelatessa saattaa olla lähes mahdotonta lukea chattia samaan aikaan tai pysyä perillä uusista katsojista. Tällöin onkin parasta vain puhua ajatuksista pelatessaan ja vaikkapa perustella strategioita, joiden mukaan pelissä etenee.

On myös hyvä ottaa huomioon hieman ujommat katsojat. Jos huomaa, että jotkin katso-
jista eivät pidä huomiosta, heille on hyvä antaa oma rauhansa katsoa lähetystä sen kum-
memmin osallistumatta.

Kanavapisteiden hyödyntäminen. Twitchin kanavapisteet ovat erinomainen keino kan-
nustaa uskollisia katsojia ja tapa vahvistaa fanisuhdetta. On hyvä ottaa kanavapisteiden
kerääminen käyttöön kanavalla ja luoda uniikkeja tapoja käyttää pisteitä lähetyksessä.
Katsojat tienaa kanavapisteitä katsomalla lähetystä ja vuorovaikuttamalla lähetykseen,
esimerkiksi äänestämällä oikein äänestyksessä.

Kanavapisteillä voi vaikkapa mahdollistaa seuraavan pelin lopputuloksen ennustamista.
Mitä enemmän katsoja käyttää kanavapisteitä tietyn lopputuloksen ennustamiseen, sitä
enemmän hän pisteitä tienaa valinnan osuttua oikeaan. Tuloksen jälkeen jaettavien pistei-
den määrään vaikuttaa myös muiden osallistujien suhteellinen osallistuminen kuhunkin
mahdollisen lopputuloksen ennustamisvaihtoehtoon.

Esimerkiksi jos 90 % ennustaa, että häviää seuraavan pelin, mutta jos sattuukin voitta-
maan, se 10 %, joka äänesti voittamisen puolesta, saa vastapuolen pisteet itselleen tasai-
sesti jaettuna. Kanavapisteillä voi mahdollistaa uniikkien hymiöiden avaamisen, erilaisten
kanavalla jaettavien palkintojen arvontaan osallistumisen tai antaa katsojalle mahdollisuu-
den päättää, millä hahmolla pelaa seuraavan pelisuorituksen. Mahdollisuuksia hyödyntää
kanavapisteitä on lukemattomia.

Kysymyksien kysyminen. Ei kannata tyytyä pelkästään vastailemaan katsojien kysy-
myksiin, vaan kysyä myös heiltä kysymyksiä johonkin asiaan, joka mahtaisi askarruttaa.
Kysymyksiin vastaamiseen voi myös antaa ennalta eri vaihtoehtoja laittamalla pystyyn ää-
nestyksen.

Monesti on myös luontevaa kysyä ihan vain, kuinka heillä menee tai vaikka mitä mieltä he
ovat pelaamastasi pelistä. Näin voi aloittaa keskustelun heidän kanssaan, tehdä heistä
aktiivisempia keskustelijoita ja antaa heille myös vaikutelman, että välittää heistä.

Kysymällä katsojilta mielipiteitä pelattuun peliin liittyen, voi saada heidät osallistumaan hyvin syvällisesti kanavan sisältöön. Katsojat tuntevat itsensä tervetulleeksi, viihdytetyksi ja osallistutetuksi. Näin myös voi näyttää, että katsojien toiveet otetaan huomioon lähetyksessä. Kaikki nämä asiat johtavat todennäköisesti kasvaviin katsojalukuihin ja lisääntyviin seuraaji sekä tilaajamääriin.

Chatin ylläpitäjät. Kanavan kasvettua kannattaa alkaa hankkimaan ylläpitäjiä chatiin. He pitävät chat-huoneesi keskustelun aktiivisena ja rakentavana. He voivat poistaa asiatonta sisältöä, ohjeistaa kanavan sääntöjen mukaan toimimista, keskustella katsojien kanssa, järjestää äänestyksiä tai muilla keinoilla osallistaa katsojia ja vaikkapa toivottaa uusia seuraajia tervetulleeksi.

Mitä enemmän kanavalla on katsojia, sitä enemmän on suositeltavaa myös hankkia ylläpitäjiä. On luontevaa valita ylläpitäjiksi tuntemiaan henkilöitä tai tilaajia persoonallisuuden ja aktiivisuuden mukaan. Ylläpitäjiksi kannattaa valita ystävällisiä, keskustelemisestä pitäviä ja aktiivisia henkilöitä.

Ylläpito botit. Normaalien ihmisylläpitäjien lisäksi, kanavan chatiin voi myös asentaa botteja, joita voi käyttää erinäisiin käyttötarkoituksiin. Vaihtoehtoina on useita botteja, kuten StreamElements, Nightbot tai Streamlabs Chatbot, joista kaikki kykenevät tekemään muun muassa seuraavia toimenpiteitä:

- Tarjoamaan vastauksia usein kysytyihin kysymyksiin
- Vastaanottamaan musiikkitoiveita ja laittamaan niitä jonoon kuunneltavaksi lähetyksessä
- Toivottamaan uusia katsojia tervetulleiksi ja kiittämään seuraamisesta
- Suojaamaan chatia aktivoitumalla tiettyjen striimissä kiellettyjen sanojen kautta
- Estämään roskapostia ja antamaan jäähyyä katsojille, jotka rikkovat sääntöjä
- Mainostamista

Aluksi joutuu hieman ohjelmoimaan botteja toimimaan haluamallaan tavalla, mutta sen jälkeen pystyykin keskittymään olennaiseen ja ihmisylläpitäjät voivat keskittyä enemmän merkityksellisiin vuorovaikutuksiin katsojien kanssa. (Gleam 2022)

6 Henkilöbrändin luominen

Meillä kaikilla on olemassa henkilöbrändi, joka on muodostunut ajan myötä oman tekemisen ja vuorovaikuttamisen seurauksena. Henkilöbrändi ei siis ole kiillotettu kuva itses-
tämme vaan se tarkoittaa mielikuvaa, joka mulla ihmisillä sinusta on. Henkilöbrändin synty ja kasvu on mahdollista luontaisesti, kun arkiset asiat tehdään hyvin ja olemalla aktiivisessa vuorovaikutuksessa katsojien ja muiden viiteryhmiensä kanssa.

Henkilöbrändin luomisen alkuvaiheessa on hyvä tiedostaa, että mitään ei kannata alkaa tekemään, joka ei ole itselle luontaista. Jotkut ihmiset tarvitsevat tarkan strategian ja toimintasuunnitelman henkilöbrändin luomiseksi, kun taas toisille asiat menevät itsestään oikeaan suuntaan tekemällä ja keskustelemalla itselle tärkeistä asioista.

Tärkeintä on olla oma itsesi, niin hyvässä kuin pahassa. Ei kannata yrittää olla täydellinen tai miellyttää liikaa muita. Ei kannata rakentaa imagoa, joka ei perustu todellisuuteen. Tärkeää on myös olla helposti lähestyttävä. (Kurvinen 2017, 21–22)

6.1 Tarina on tie katsojien sydämeen

Henkilöbrändin ymmärtämisen tueksi voi kirjoittaa tarinan, jonka avulla ymmärtää miksi on juuri nyt tässä. Tämän tarinan olisi hyvä kertoa tarkoitus ja tehtävät, jotta jokainen voi ymmärtää antamansa lisäarvon. Tämän tarinan avulla voi saada lisää merkitystä tekemiselleen ja sitä voi hyödyntää myös eräänlaisena ohjeena, johon voi palata, jos huomaa eksyneensä tarkoituksestaan.

Tarinan avulla voidaan rakentaa luottamusta, jättää muistijälkiä ja synnyttää keskustelua. Tarinan voima perustuu tunteisiin vetoamiseen, kun taas pelkät faktat vetoavat vain järkeen. Katsoja haluaa ostaa ajatuksen siitä, miksi striimaaja tekee jotain, sen sijaan että he ostaisivat sen, mitä striimaaja tekee.

Hyvästä tarinasta käy ilmi, missä striimaaja on tällä hetkellä tavoitteidensa kanssa ja mikä on oma osuus tulevaisuudenkuvassa, johon pyrkii. Tarinasta tulee kohderyhmälle kiinnostava, jos ottaa heidät mukaan tarinaan. Toimivassa tarinassa kohderyhmän edustaja voi olla jopa tarinan sankari, jonka panosta tarvitaan tavoitteiden saavuttamiseksi. (Kurvinen 2017, 48)

6.2 Tehokeinot henkilöbrändin luomisessa

Kun lähdetään luomaan itselleen henkilöbrändiä, olisi aivan aluksi hyvä tiedostaa mainonnan tehokeinot, joita voi hyödyntää henkilöbrändiin liittyvien asioiden luomisessa.

Kannattaa miettiä tarkkaan brändin värimaailma. Esimerkiksi Subwayn vihreä tuo kuluttajille mieleen terveellisyyden. On hyvä miettiä mikä on se mielikuva, jonka haluaa katsojissaan herättää värien avulla.

Kuvat, jotka jäävät mieleen osana brändiä, tekevät muistamisen helpommaksi katsojille.

Iskulauseiden hyödyntäminen voi myös olla hyvä idea. Iskulause voi olla ärsyttäväkin hokema. Pääasia, että se jää ihmisten mieleen.

Huumori osana brändiä voi olla myös iso menestystekijä. On hyvä miettiä, minkälainen huumori toimii juuri omille katsojilleen.

Eräs idea on hyödyntää katsojille tuttuja henkilöitä osana brändiä. Overwatch striimaaja voi esimerkiksi ilmoittaa sisältönsä olevan myös Elon Muskin mieleen, koska hän on suosittelut kyseistä peliä eräässä haastattelussa. (Y Combinator 10.1.2017, 0:00-1:51)

Katsojien arvoihin vetoaminen voi olla myös varsin toimiva tehokeino katsojakunnan sitouttamisessa. Voi esimerkiksi ilmoittaa vastustavansa nettikiusaamista ja tekevänsä asioita sen estämiseksi.

Viimeisimpänä ja ehkäpä epäilyttävimpänä tehokeinona voidaan mainita hienovarainen syyllistäminen. Ajatus on, että viittaa katsojan tekevän väärin, jos hän jättää jonkin yhteisölle tärkeän asian huomiotta. Tämän tehokeinon kanssa on kuitenkin oltava hyvin varovainen, sillä sen hyödyntäminen voi aiheuttaa myös enemmän haittaa kuin hyötyä. Tätä tehokeinoa käytetään muun muassa kuntoilu ja laihdutus mainoksissa. (YLE 2022)

6.3 Oman kilpailuvaltin määrittäminen

Englanniksi USP eli Unique Selling Point tarkoittaa epäreilua kilpailuetua, jolla erottautuu muista alan toimijoista. Kannattaa terävöittää itselleen, mihin osaaminen kulminoituu.

Kyseessä voi olla pitkä kokemus, kyky yksinkertaistaa asioita, visualisointikyky tai vaikkapa osaamisien yhdistelmä. Kannattaa tehdä sitä, mitä osaa parhaiten. Striimaaja voi kouluttaa, viihdyttää, tarjota tietoa tai palvella katsojaa jollain tavoin. (Kurvinen 2017, 53)

Kärjistettynä pelistriimaamisesta voi sanoa, että on olemassa kaksi vaihtoehtoa: ammattilaistasonpelaaja tai yhteisöstriimaaja. Edellä mainitut eivät kuitenkaan poissulje toisiaan.

On hyvä miettiä tarkkaan oma kohderyhmä sen perusteella, ketä parhaiten voisi viihdyttää läsnäolollaan, persoonallaan ja sisällöllään.

Löydettyään oman kohderyhmän, on aika alkaa terävöittämään kilpailuetua. Joku saattaa kenties pelata jossakin pelissä hahmoa, joka ei ole valtavirtaa. Jos kyseiselle hahmolle omistautuneita striimaajia ei ole, on juuri saattanut löytää kilpailuetunsa. Testilähetyksen avulla pääsee jyvälle, olisiko keksimässään ideassa potentiaalia. On hyvä kysellä kaverilta palautetta striimattuaan testilähetyksen.

Usein ei kuitenkaan tarvitse keksiä pyörää uudestaan, vaan voi tehdä samankaltaista sisältöä kuin muutkin, mutta omalla tyylillä. On kuitenkin hyvä kiinnittää huomiota siihen, että sisältö vastaa persoonallisuuttaan. Jonkin roolin esittäminen voi käydä raskaaksi ja jos ei kykenekään pysymään roolissaan, negatiiviset vaikutukset voivat olla samanlaisia, kuin oman persoonallisuuden esittäminen jokapäiväisessä elämässä. (Own3d 2022)

7 Kokemus pelistriimin katsomisesta

Opinnäytetyön tekijällä on vuosien kokemus pelistriimien katsomisesta. Osana opinnäytetyön tiedonkeruuta, tekijä on havainnoinut pelistriimien katsojakokemusta Twitch -alustalla. Tässä osiossa on kuvailtuna koonti aiheesta.

Kun lähdetään purkamaan syitä, miksi ihmiset katsovat pelistriimejä, päädytään mielenkiintoiseen tienhaaraan, jossa asiat johtavat toisiinsa. Juurisyy pelistriimien katsomiseen voidaan nimetä helposti itsensä viihdyttämiseksi. Sitten kun taas aletaan pohjautumaan erilaisiin tapoihin viihdyttää, asiat menevät hieman monimutkaisemmaksi.

Kuvaelma katsojan näkökulmasta. Katsoja selaa Twitch -alustan striimejä haluamastaan kategoriasta. Hän voi suodattaa striimit vaikkapa sen hetkisen katsojamäärän perusteella. Tässä kohtaa katsoja alkaa käymään läpi edessään olevaa tarjontaa havainnoidulla striimien esikatselukuvia ja lukemalla striimien otsikoita sekä aihetunnisteita.

Aluksi katsojan huomio saadaan herätettyä vaikkapa mielenkiintoisella otsikolla striimissä. Katsoja saapuu paikalle ja alkaa havainnoimaan asioita, mitä striimissä tapahtuu. Jos sisältö miellyttää, hän saattaa jäädä katselemaan. Striimin chattia voi myös seurata samalla ja siellä oleva keskustelu antaa viitteitä, mitä striimissä on juuri tapahtunut tai mistä asioista on keskusteltu. Toisaalta striimin sisältö ja chatin keskustelu eivät aina vastaa toisistaan, koska keskustelu on osittain vapaata.

Katsojan vietettyä tovin aikaa striimin parissa, hän saattaa kiinnostua striimaajasta lisää ja alkaa tutkimaan kenestä on kyse. Striimin paneeleihin on usein lisätty linkit striimaajan sosiaalisen median tileihin ja tarjottu muuta yleistietoa striimaajasta. Jos katsoja vakuuttuu sisällöstä, hän klikkaa kanavan seurattujen striimaajiensa listalle, jolloin hänelle halutesaan tulee myös ilmoitus uuden striimin alkaessa. Striimaaja kiittää uutta seuraajaansa ja toivottaa hänet tervetulleeksi, usein myös mainitsemalla hänen nimimerkinsä.

Katsoja saapuu paikalle yhä uudestaan. Hän huomaa kenties chatissa olevan tuttuja nimimerkkejä keskustelemassa. Kanavalla oleva sisältö vastaa hänen odotuksiaan ja hän viettää jälleen tovin katsoen striimaajaa. Twitch -alustan katsojat tienaavat kanavapisteitä, joilla voi lunastaa erilaisia palkintoja tai komentokehotuksia. Katsoja lunastaa komentokehotuksen ”Juo vettä”. Striimaaja huomaa viestin ja päättää kulauttaa lasista hieman nestettä. Humoristiseen sävyyn hän kiittää katsojaa muistutuksesta pitää nesteytys kunnossa. Katsoja on saanut näin kokemuksen striimin vuorovaikutteisuudesta.

Tarpeeksi kauan lähetyksiä katsottuaan ja riittävän lisäarvon koettuaan, katsoja saattaa tilata kanavan tai tehdä lahjoituksen. Se on osoitus siitä, että katsoja kokee saaneensa jotain, mistä hän on valmis maksamaan. Katsoja kokee saaneensa viihdettä ja on valmis maksamaan siitä. (Havainnoitu Twitch 2014–2022)

7.1 Pelistriimien katsomisen ominaisuudet, vaikutukset ja lisäarvot

Seuraavassa Yung-Chi Shenin tutkimukseen pohjautuvassa taulukossa käydään läpi erilaisia pelistriimien katsomisen ominaisuuksia, vaikutuksia ja lisäarvoja. Ensimmäisessä sarakkeessa kerrotaan termi, toisessa kuvataan mistä on kyse ja kolmannessa sarakkeessa kerrotaan, kuinka suuri osuus tutkimukseen osallistuneista piti kyseistä asiaa ratkaisevan tärkeänä. Tutkimus suoritettiin Taiwanissa maaliskuussa 2020. Tutkimukseen osallistujat varmistettiin kokeneiksi striimien katsojiksi ja heidän tietämystään tutkittiin usein eri keinoin. Tutkimukseen osallistujista 54 oli miehiä ja 6 naisia. Yhteensä osallistujia oli 60.

Päähuomiot taulukon tiedoista. Suurin osa vastaajista kertoo striimien katsomisen syyksi vapaa-ajan vieton ja halun olla hyvällä tuulella. Striimien viihdearvo on siis suuri useimmille vastaajille. Useat vastaajat kertovat myös striimien katsomisen syyksi ihmisuhteiden kehittämisen ja keskustelun muiden aiheesta kiinnostuneiden kanssa. Yli 60 % vastaajista kertoo myös striimien katsomisen syyksi uusien strategioiden ja muiden peliin liittyvien asioiden oppimisen.

Ennen kaikkea pelistriimien katsominen on tutkimuksen tuloksiin perustuen hyvin pitkälti itsensä viihdyttämistä. Sosiaalinen ulottuvuus striimien katsomisessa on tärkeää isolle osalle katsojista, mutta ei kaikille. Katsojat ovat kiinnostuneita samasta asiasta eli kyseisestä striimaajasta ketä he katsovat. Tämän vuoksi on mahdollista, että striimaajan ympärille kasvaa yhteisö, jolla on sisäpiiri vitsejä ja muita heidän yhteisölleen ominaisia asioita.

Useimmat saapuvat striimiin rentoutumaan, pääsemään hetkeksi irti arjesta ja näkemään sisältöä, joka saa heidät tuntemaan olonsa mukavaksi. Pelien sisältö oikeuttaa monet nauttimaan asioista, jotka eivät olisi soveliaita nauttimisen kohteita todellisuudessa. Tästä esimerkkinä peleissä esiintyvä tappaminen ja väkivalta, jonka kuitenkin ymmärretään kuuluvan pelimaailmaan. Mitä enemmän pelien grafiikat kehittyvät, sitä enemmän pelit ovat myös silmänruokaa katsojalle. On kuin katsoisi näyttävien erikoistehosteiden elokuvaa, jonka päänäyttelijän kanssa kukin voi halutessaan olla yhteydessä.

Taulukko 4. What do people perceive in watching video game streaming? Eliciting spectators' value structures (Mukaiillen Yung-Chi Shen 2020)

Ominaisuus	Kuvaus	Vastaajien osuus
Humoristinen	Hauskat ja humoristiset striimaajat	28.33 %
Pelin luokka	Katsojien näkökulmasta: mielenkiintoiset pelit tai peliluokat, uudet pelit, houkuttelevat pelit tai valmiiksi tutut pelit	40.00 %
Striimaajan taidot	Striimaajan pelitaidot, pelistrategiat tai vinkit	25.00 %
Vuorovaikutteisuus	Vuorovaikutteisuus katsojien kanssa tai kommunikointi, vastauksien antaminen katsojille tai muulla tavoin striimaajan huomion saaminen	38.33 %
Striimaajan puhetyyli	Tavat, joilla striimaaja puhuu, hänen asenteensa, puhetaito, näkökulmat	33.33 %
Striimaajan ääni	Striimaajan aksentti tai ääni	6.67 %
Uudet tavat pelata	Uudet tavat pelata pelejä	1.67 %
Kuuluisat striimaajat	Kuuluisat tai suositut striimaajat	5.00 %
Lähetyksien ajankohdat	Ajankohdat vuorokaudessa, jonne lähetykset keskittyvät	1.67 %
Viihdyttävät näytökset	Striimaajan isännöintityyli, kiinnostavat ja puoleensa vetävät näytökset, hauskat iskulauseet	15.00 %
Striimaajan fyysinen olemus	Hyväntuuliset striimaajat tai viehättävät hahmot	11.67 %
Striimin laatu	Striimin kuvan ja äänen tarkkuus ja tasaisuus	16.67 %
Katsojakunnan laatu	Katsojakunta, joka ei kohtele huonosti toisia katsojia, tai jaa chatissa puolueellisia mielipiteitä	11.67 %
Striimin vaikutus		
Rentoutuminen	Vapaa-ajan vietto, hyvällä tuulella oleminen tai rentoutuminen	33.33 %
Pelin ymmärtäminen	Pelissä tapahtuvan sisällön ja pelaamisen tyylien ymmärtäminen	3.33 %
Pelitaitojen oppiminen ja tarkkailu	Pelitaitojen, strategioiden ja vinkkien tarkkailu ja oppiminen	26.67 %
Viihdyttäminen	Viihdyttäminen, hauskuus, mielenkiintoisuus tai yllättävyys	21.67 %

Chat-huoneen tunnelma	Ystävällinen, iloinen tai lämmin tunnelma chat-huoneessa.	16.67 %
Kommunikointi striimaajan kanssa	Keskusteleminen striimaajan kanssa tai vastauksien saaminen	43.33 %
Kiinnostuksen kasvaminen peleihin	Puoleensa vetävien pelien ja näytösten seuraaminen, pelinsisäisten tarinoiden kokeminen tai kiinnostavat pelit	35.00 %
Osallistuminen live-lähetykseen	Koko lähetyksen seuraaminen tai kokemus osallistumisesta	6.67 %
Katsomisen mielekkyys	Korkealaatuisesta videosta ja äänestä nauttiminen	18.33 %
Striimaajan fyysisestä olemuksesta nauttiminen	Fantasian toteuttaminen tai puoleensavetävän striimaajan läsnäolosta nauttiminen	11.67 %
Seuran hankkiminen	Välttääkseen yksinäisyyttä	5.00 %
Ajan tappaminen	Ajanvietto tylsistymättä	1.67 %
Faniksi tuleminen	Striimaajan tukeminen tai striimaajaan koudussa olominen	23.33 %
Lisäarvo		
Todellisuudesta pakeneminen	Turhautuneisuudesta pakeneminen tai paineen lievitys oikeasta elämästä	35.00 %
Hauskuus ja elämästä nauttiminen	Hyvällä tuulella olominen, innostuneisuus, vapaa-ajanvietto tai jostain nauttiminen, joka ei ole sallittua todellisuudessa	83.33 %
Audiovisuaalinen nautinto	Peleihin liittyvästä estetikasta ja audiovisuaalisista tehosteista nauttiminen	15.00 %
Vapaa-ajan vietto	Ihastuttavuuden, vapaa-ajan tai rentoutumisen kokemus	53.33 %
Syventyminen	Striimaajan tarjoamaan sisältöön syventyminen ja nautinto	35.00 %
Uutuudenviehätys	Uusien pelien näkemisestä saatava innostuminen ja nautinto	3.33 %
Innostuneisuus	Ilostta nauttiminen tai peleistä johtuva innostuneisuus	10.00 %
Johonkin kuulumisen tunne	Itsensä identifiointi, osallistumisen tunne tai yhteisöllisyys	45.00 %
Lämpimät välit toisten kanssa	Ihmissuhteiden kehittämisen tai striimaajan ja toisten fanien kanssa kommunikointi	58.33 %

Suhteet striimaajaan	Suhteen rakentaminen striimaajaan tai keskustelu hänen kanssaan	51.67 %
Yhteenkuuluvuus	Osallistuminen tai yhteenkuuluvuus muiden kanssa, jotka ovat koulussa striimaajaan	8.33 %
Striimaajien välinen vuorovaikutus	Striimaajien keskinäinen vuorovaikutus	3.33 %
Arvostuksen kokeminen	Arvostuksen saaminen striimaajalta tai vastauksien saaminen	41.67 %
Itsensä toteuttaminen	Fantasian kokeminen	45.00 %
Saavutuksen tunne	Ylpeys pelin läpäisemisestä, pelitaitojen parantamisesta tai muu mielihyvä toisen saavutuksesta	26.67 %
Turvallisuudentunne	Luottamus striimaajaan tai tuttavallinen käyttäytyminen	8.33 %
Itsekunnioitus	Kokemus luottamuksesta tai arvokkuudesta (oman arvontunne)	6.67 %
Asiantuntijuus	Uusien pelitaitojen, strategioiden ja vinkkien oppiminen	60.00 %

8 Striimaamisen käsitteet ja hyödynnettävät palvelut

Tässä kappaleessa käydään läpi striimaamisen ympärillä olevia käsitteitä ja erilaisia palveluita, joita voi hyödyntää oman striimaamisen kehittämisessä.

Striimaaminen. Striimaaminen on yksinkertaisuudessaan videon ja äänen suoratoistamista internetissä. (Mediatrade 2018)

Multistriimaus. Moneen eri alustaan striimaamista yhtä aikaa. Multistriimaamalla on mahdollista tavoittaa suurempi yleisö, kuin vain striimaamalla yhteen alustaan. (Dacast 2022)

Pelistriimaus. Pelistriimissä ruudulla näkyy yleensä pelattavan pelin lisäksi myös pelaaja. Pelistriimaus ei ole pelkästään pelaamista, vaan sillä pyritään myös katsojan viihdyttämiseen. (Verke)

Paypal. Palvelu, jonne striimin kautta saatavat tulot voi ohjata. (Wikipedia 2022)

Streamlabs. Ilmainen striimausohjelma, joka sisältää kaikki striimaamiseen tarvittavat ominaisuudet. (Streamlabs 2022)

Amazon Associates. Kanavan liikenteen kaupallistaminen. Liittymällä ohjelmaan, pelistriimaaja voi alkaa tienaamaan jokaisesta hänen linkkinsä kautta tehdystä ostoksesta provisio palkkion. (Amazon 2022)

Shopify. Shopify on alusta verkkokaupoille. Alusta tarjoaa monia palveluita maksamiseen, markkinointiin, toimitukseen liittyen ja myös muun muassa asiakkaiden sitouttamistyökaluja. (Shopify 2022)

Printify. Printify mahdollistaa satojen erilaisten kustomoitujen tuotteiden luomisen ja myynnin. (Printify 2022)

Hatchful. Hatchful on ilmainen logon luontityökalu. (Hatchful 2022)

Canva. Canva tarjoaa käyttösi ilmaisen logon luontityökalun. (Canva 2022)

Upwork. Freelancing alusta, josta voit palkata projektiisi tekijän. Voit luoda ilmoituksen työstä, selata ja ostaa projekteja tai antaa Upworkin tiimin etsiä tarvitsemasi osaja. (Upwork 2022)

Powerspike. Powerspike on palvelu, joka yhdistää pelistriimaajat ja markkinoijat. Voit löytää palvelusta itsellesi markkinoinnin yhteistyökumppanin. (Powerspike 2022)

Streamyard. Palvelun avulla on mahdollista multistriimata, eli striimata monelle eri alustalle yhtä aikaa. (Streamyard 2022)

9 Pelistriimaamisen käsikirja

Pelistriimaamisen käsikirjan tarkoituksena on tarjota kaikki olennainen tieto pelistriimin perustamista harkitsevalle. Käsikirjan tietojen avulla on mahdollista aloittaa pelistriimaaminen. Tarkoituksena on näyttää suorin ja järkevin polku, jotta pelistriimistä tulee onnistunut.

Pelistriimaamisen käsikirja toteutetaan Power Point -esitys muodossa ja sen tiedot pohjautuvat opinnäytetyöhön, mutta joitain teknisiä ja opetuksellisia asioita on myös tuotu opinnäytetyön ulkopuolelta.

9.1 Projektisuunnitelma, aikataulu ja toteutus

Suunnitelmana on ollut tehdä muut vaiheet ensin opinnäytetyöstä. Opinnäytetyöhön katsuttujen tietojen pohjata lopulta rakentuu pelistriimaamisen käsikirja, joka on tämän opinnäytetyön toiminnallinen tuotos. Käsikirjaan lisätään myös joitain teknisiä tietoja, joita ei tästä opinnäytetyöstä löydy.

Alla on opinnäytetyön projektisuunnitelma. Viime syksynä suunniteltu aikataulu eri vaiheiden osalta ei toteutunut sellaisenaan, vaan muuan muassa haastattelut -osio jäi matkan varrella kokonaan pois opinnäytetyön sisällöstä. Käsikirjan toteutus onnistui aikataulussa.

Aloituspäivä	Lopetuspäivä	Tehtävä
25.10.2021	18.3.2022	
25.10.2021	30.10.2021	Opinnäytetyön aloitus/lähteiden kartoitus
1.11.2021	15.11.2021	Teoria osuuden valmistelu
16.11.2021	15.12.2021	Teoria osuus valmiiksi
1.1.2022	31.1.2022	Haastattelut
16.1.2022	31.1.2022	Oppaan/käsikirjan aloitus
1.2.2022	28.2.2022	Teoria, haastattelut ja opas viimeistelyä vaille valmis
1.3.2022	15.3.2022	Opinnäytetyön viimeistely
16.3.2022	18.3.2022	Opinnäytetyön palautus

Kuva 2. Opinnäytetyön projektisuunnitelma

Toteutus tapahtui luoden Pelistriimaamisen käsikirja niminen Power Point -esitys, jonka avulla kuka tahansa aiheesta kiinnostunut kykenee aloittamaan pelistriimaamisen ja oppimaan pelistriimaamiseen liittyvät perusasiat. Toteutus tapahtui suurimmaksi osaksi pohjautuen opinnäytetyössä esitettyihin tietoihin, mutta käsikirjassa on myös joitain teknisiä ja opetuksellisia tietoja, joita ei itse opinnäytetyöstä löydy. Näitä tietoja ovat muun muassa tarvittavat ohjelmat ja laitteet sekä dia, jossa näytetään striimin aloittaminen vaihe vaiheelta Streamlabs -ohjelmaa käyttäen.

9.2 Aineisto, sen keruumenetelmät ja luotettavuus

Aineistoa on etsitty hyödyntäen hakukonepalveluita, Haaga-Helian kirjastoa heidän henkilökuntansa kanssa ja Haaga-Helian verkkokirjastoa sieltä löytyvine tilastopalveluineen.

Opinnäytetyön aiheen vuoksi jokaisesta aiheesta ei välttämättä löydy niin sanottua laadukasta lähdettä. Tästä syystä osa opinnäytetyön tiedoista pohjautuu myös erilaisiin kirjoittajan varmistamiin nettisivusto lähteisiin. Näistä lähteistä peräisin olevat tiedot ovat kuitenkin lähes niin kutsuttua yleistietoa pelistriimaajien keskuudessa, joten tietojen paikkaansa pitävyyttä voidaan pitää tarpeeksi korkeana.

10 Pohdinta

Tavoitteen mukaisesti opinnäytetyöstä rakentui varsin kattava kokonaisuus aiheen ympärille, keskittyen onnistuvan pelistriimaamisen kuvailemiseen ja sitä kautta pelistriimaamisen tulonlähteenä. Tietoperustana käytetyt internetsivustot tukivat kirjoittajan tietämystä aiheesta ja tässä opinnäytetyössä esitetyt tiedot ovatkin ainakin menestyneiden pelistriimaajien kesken yleistietoutta.

Merkityksellinen tämä opinnäytetyö on varsinkin sen kirjoittajalle, joka pääsi työn tekemällä sukeltamaan syvemmälle aiheeseen ja näin ollen tekemään johtopäätöksiä pelistriimaamisesta tulonlähteenä. Huomattavana johtopäätöksenä pelistriimaamisesta tulonlähteenä on se, että korvatakseen päivätyönsä sillä, vaaditaan asialle suurta omistautumista ja soveltuvaa persoonaa. Pelistriimaajat ovat käytännössä suurten striimausalustojen tarjoavien yhtiöiden työntekijöitä, joilla on toiminnassa kuitenkin yrittäjän riskit. Menestyvien pelistriimaajien voikin sanoa olevan nykyajan uusia julkisuuden henkilöitä, jollaiseksi vain pieni osa striimaajista kykenee.

Kirjoittaja toivoo tulevaisuuden tuovan tullessaan parempia ansaintamahdollisuuksia myös pienemmille ja keskisuurille striimaajille. Tähän liittyen mielenkiintoisena uutena ilmiönä markkinoilla ovat multistriimauksen mahdollistavat palvelut, jotka vähentävät riippuvuutta yksittäisestä alustasta. Viime aikoina on myös perustettu joitain uusia alustoja, jotka perustuvat lohkoketjuteknologiaan ja avoimeen lähdekoodiin. Tämän tyyppiset alustat, kuten Odysee, mahdollistavat sensuroimattoman striimaamisen ja uudenlaisen ansaintatavan hyödyntäen kryptovaluuttoja.

10.1 Kehittämis- ja jatkotutkimusehdotukset

Tämän opinnäytetyön pohjalta on kirjoittajan itse mahdollista alkaa luomaan uraa pelistriimaajana. On myös mahdollista kehittää tätä opinnäytetyötä eteenpäin ja luoda sen pohjalta esimerkiksi opetusvideoiden kurssi, joka olisi myös kaupallistettavissa.

Kirjoittaja pohtii myös tekevänsä jatkotutkimuksia muista pelistriimaamiseen liiketoimintana liittyvistä asioista, kuten palveluiden tarjoamisesta striimaajille. Striimaamisen ympärillä oleva markkina on jatkuvassa muutoksessa ja uusia mahdollisuuksia avautuu. Tästä syystä kirjoittaja pyrkii olemaan jatkossakin ajan hermolla markkinassa tapahtuvista asioista tarkkaillen tilaisuutta lähteä mukaan liiketoimintaan jollakin innovatiivisella idealla.

10.2 Opinnäytetyöprosessin ja oman oppimisen arviointi

Opinnäytetyöprosessin avulla on oppinut määrätietoista tiedonhankintaa. Opinnäytetyön kirjoittaminen on opettanut paljon aiheesta, joka olikin opinnäytetyön päätarkoitus.

Opinnäytetyön kirjoittamisen kautta aiheesta sai paljon realistisemmän käsityksen ja ymmärryksen, mitä kaikkea pelistriimaajalta vaaditaankaan menestyäkseen. Itse opinnäytetyöprosessi eteni alun jälkeen aika hitaasti, mutta kuitenkin tasaisesti.

Itse opinnäytetyön kirjoitusprosessi sujui kohtuullisen hyvin. Välillä edistymistä häiritsi sairastuminen, mutta lopulta opinnäytetyö valmistui lähes sille suunnitellun aikataulun mukaisena aikana.

Lähteet

Amazon 2022. Amazon Associates - Amazon's affiliate marketing program. Luettavissa: <https://affiliate-program.amazon.com/> Luettu: 22.3.2022.

Businessofapps 2022. Twitch Revenue and Usage Statistics (2022). Luettavissa: <https://www.businessofapps.com/data/twitch-statistics/> Luettu: 12.2.2022.

Canva 2022. Etusivu. Luettavissa: <https://www.canva.com/create/logos/> Luettu: 14.3.2022.

Dacast 2022. The 10 Best Multistreaming Platforms in 2022: A Comparison. Luettavissa: https://www.dacast.com/blog/multistream-platforms/#anchor_0 Luettu: 22.3.2022.

Facebook 2022. Facebook Gaming. Luettavissa: [facebook.com/watch/live/](https://www.facebook.com/watch/live/) Luettu: 26.2.2022

Gleam 2022. 9 Ways to Grow Your Twitch Channel in 2022. Luettavissa: <https://gleam.io/blog/twitch-growth/> Luettu: 20.2.2022.

Hatchful 2022. Etusivu. Luettavissa: <https://hatchful.shopify.com/> Luettu: 14.3.2022.

Influencemarketinghub 2022. Facebook Gaming. Luettavissa: <https://influencemarketinghub.com/glossary/facebook-gaming/> Luettu: 27.2.2022.

Keskinäinen Eläkevakuutusyhtiö Ilmarinen. Digitaalinen alusta on hyvä renki, mutta huono isäntä. Luettavissa: <https://www.ilmarinen.fi/tietoa-ilmarisesta/ajankohtaista/blogit-ja-artikkelit/blogikirjoitukset/anssi-smedlund/digitaalinen-alusta-on-hyva-renki-mutta-huono-isanta/> Luettu: 22.3.2022.

Koponen, J. 2019. Alustatalous ja uudet liiketoimintamallit : kuinka muodonmuutos tehdään. 1 verkkoaineisto. Alma Talent. Helsinki. E-kirja. Luettu: 22.3.2022.

Kurvinen, J. 2017. Henkilöbrändi : asiantuntijasta vaikuttajaksi. 1 verkkoaineisto. Alma Talent. Helsinki. E-kirja. Luettu: 12.1.2022.

Mediatrade 2018. Striimauksen perusteita. Luettavissa: <https://www.mediatrade.fi/artikkelit/striimauksen-perusteita/3911> Luettu: 12.3.2022.

Oberlo 2022. How to make money on twitch in 2022: the ultimate guide. Luettavissa: <https://www.oberlo.com/blog/how-to-make-money-on-twitch> Luettu: 18.1.2022.

Odysee. 11.3.2022. WE ARE GOING TO RELEASE CREATOR MEMBERSHIPS LIKE PATREON BUT TAKE ZERO CUT - -. Twitter-viesti @OdyseeTeam. Luettavissa: <https://twitter.com/OdyseeTeam/status/1502376422303621122> Luettu: 24.3.2022.

Own3d 2022. Creating a Unique Selling Proposition. Luettavissa: <https://www.own3d.tv/en/blog/tips/usp-as-a-streamer/> Luettu: 13.3.2022.

Patreon 2022. Luettavissa: <https://www.oberlo.com/blog/how-to-make-money-on-twitch> Luettu: 22.2.2022.

Powerspike 2022. Etusivu. Luettavissa: <https://powerspike.tv/> Luettu: 12.3.2022.

Printify 2022. Etusivu. Luettavissa: <https://printify.com/> Luettu: 14.3.2022.

Shopify 2022. Etusivu. Luettavissa: <https://www.shopify.com/> Luettu: 17.2.2022.

Streamelements 2022. State of the Stream April 2020: Valorant and its streamers top the charts, music is having its moment, and streaming hits huge numbers. Luettavissa: <https://blog.streamelements.com/state-of-the-stream-april-2020-valorant-and-valorant-streamers-top-the-charts-music-is-having-d503aad6c2e7> Luettu: 16.12.2021.

Streamlabs 2021. Number of hour watched on leading gaming live stream platforms worldwide in 3rd quarter 2021, by platform. Statista. Luettu: 26.11.2021.

Streamlabs 2022. Etusivu. Luettavissa: <https://streamlabs.com/> Luettu: 4.2.2022.

Streamyard 2022. Etusivu. Luettavissa: <https://streamyard.com/> Luettu: 22.3.2022.

Twitch 2014-2022. Kirjoittajan omat kokemukset pelistriimien katsomisesta. Katsottu: 16.7.2014-16.2.2022.

Twitch 2021. Affiliate. Luettavissa: <https://affiliate.twitch.tv/> Luettu: 8.12.2021.

Twitch 2021. Bitit ja tilaukset. Luettavissa: <https://www.twitch.tv/creatorcamp/fi-fi/get-rewarded/bits-and-subscriptions/> Luettu: 9.12.2021.

Upwork 2022. Etusivu. Luettavissa: <https://www.upwork.com/> Luettu: 13.3.2022.

Verke. Striimiopas. Luettavissa: <https://www.striimiopas.fi/> Luettu: 7.12.2021.

Wikipedia 2021. Twitch. Luettavissa: <https://fi.wikipedia.org/wiki/Twitch> Luettu: 1.12.2021.

Wikipedia 2022. LBRY. Luettavissa: <https://en.wikipedia.org/wiki/LBRY> Luettu: 22.3.2022.

Wikipedia 2022. Odysee. Luettavissa: <https://es.wikipedia.org/wiki/Odysee> Luettu: 22.3.2022.

Wikipedia 2022. Paypal. Luettavissa: <https://fi.wikipedia.org/wiki/PayPal> Luettu: 12.2.2022.

Y Combinator 10.1.2017. Elon Musk's Video Game Recommendations. Video. Katsottavissa: https://www.youtube.com/watch?v=8JoTw_JuE78 Katsottu: 29.11.2021.

Yle 2022. Tunnistatko nämä kahdeksan mainonnan tehokeinoa? Etenkin nuoret ovat otollista maaperää mainoksille. Luettavissa: <https://yle.fi/aihe/a/20-10001905> Luettu: 20.2.2022.

Youtube 2021. Luettavissa: www.youtube.com Luettu: 1.12.2021.

Yung-Chi Shen. 2020. What do people perceive in watching video game streaming? Eliciting spectators' value structures. Luettavissa: <https://www-sciencedirect-com.ezproxy.haaga-helia.fi/science/article/pii/S0736585320302161> Luettu: 11.2.2022.

Liitteet

Liite 1. Pelistriimaamisen käsikirja



Sisällysluettelo

- Tervetuloa
- Tarvittavat laitteet ja ohjelmat
- Striimin aloittaminen askel askeleelta
- Palkkaodotukset ja tulonlähteet
- Kanavan kasvattaminen
- Vuorovaikutteisuus katsojien kanssa
- Henkilöbrändin luominen
- Hyödynnettävissä olevat palvelut
- Lataa opinnäytetyö
- Lähdeluettelo

Tervetuloa oppimaan pelistriimauksen perusteet

Tämä käsikirja perustuu Pelistriimaaminen tulonlähteenä -opinnäytetyöhön. Lähdeluettelo löytyy sieltä.

Käsikirja on ohje, jonka avulla kuka tahansa asiasta kiinnostunut kykenee aloittamaan pelistriimauksen

Käsikirjan on tarkoitus olla yksinkertaistettu ja nopea luettava. Tästä syystä monista asioista on nostettu esiin vain yksi vaihtoehto.

Jos kiinnostuit tämän käsikirjan sisältämistä tiedoista ja haluaisit vielä laajentaa käsitystäsi aiheesta, suosittelen lukemaan itse opinnäytetyön. (linkki viimeisessä liian:ssa)



Tarvittavat laitteet ja ohjelmat

Laitteet:

- Tehokas tietokone tai uusimman sukupolven pelikonsoli
- web -kamera
- 2 näyttöä, toinen chatille
- laadukas mikrofoni

Ohjelmat:

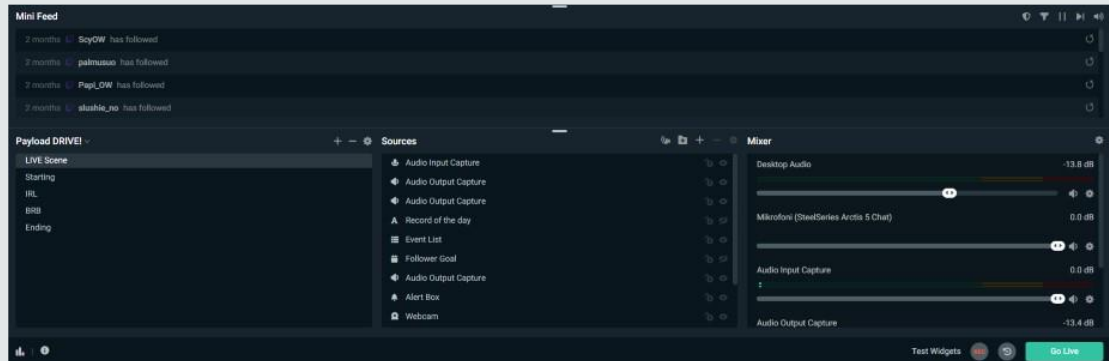
- Streamlabs tai Streamyard

Suosittelut alustat:

- Twitch tai Youtube

Striimin aloittaminen askel askeleelta

1. Luo käyttäjätili Twitch.tv – sivustolle
2. Lataa Streamlabs -ohjelma
3. Yhdistä Twitch –tilisi Streamlabsiin
4. Lisää näkymät tai lataa kirjastosta valmiit vaihtoehdot (striimin aloitus näkymä jne.)
5. Lisää ääni, video ja pelikuva lähteet
6. Valitse mikseristä ääni ja video lähteillesi oikeat laitteet
7. Aloita striimaus tekemällä testi lähetys, kokeile eri toiminnot ja varmista toimivuus



Palkkaodotukset ja tulonlähteet

Aloittelija

- seuraajia 0-80
- tärkein tulonlähde: lahjoitukset
- ei Twitchin kumppani
- palkka: 0-100€/kk

Pieni striimaaja

- seuraajia 81-900
- tärkein tulonlähde: lahjoitukset
- Twitch Affiliate -kumppanuus
- palkka: 50-300€/kk

Keskisuuri striimaaja

- seuraajia 901-15.000
- tärkein tulonlähde: tilaukset
- Twitch Partner -kumppanuus
- palkka: 80-1000€/kk

(Gamer Aesthetic 2021)

(Oberlo 2022)

Suuri striimaaja

- seuraajia 15.000-500.000
- päätulonlähde: tilaukset
- Twitch Partner -kumppanuus
- palkka: 500-20.000€/kk

Supertähti striimaaja

- seuraajia 100.000-20.000.000
- päätulonlähde: sponsorointi
- Twitch Partner -kumppanuus
- palkka: 5000-100.000€/kk

-Lahjoitukset

- Kanavatilaukset
- Twitch bits
- Youtube
- Patreon
- Kumppanuusmarkkinointi
- Brändisi mukaan räätälöityjen tuotteiden myynti
- Sponsorointi-sopimukset
- Mainostuotot

Kanavan kasvattaminen

-Aseta tavoitteet, jotka ovat tarkkoja, mitattavissa, saavutettavissa, merkityksellisiä ja aikarajoitettuja

-Striimaa usein ja säännöllisesti

-Tarjoa katsojille lisäarvoa: Miksi joku haluaisi katsoa striimiäsi?

-Pelaa tarpeeksi suosittuja pelejä, jotta suuretkin katsojaluvut ovat saavutettavissa



(Gleam 2022)

Vuorovaikutteisuus

-Seuraa lähetyksesi chatia toiselta näytöltä

-Puhu jatkuvasti, jotta uuden katsojan on helppo päästä mukaan. Voit puhua pelaamastasi pelistä, jakaa tarinoita elämästäsi, suosikkiasioistasi, nykyisistä tapahtumista tai vaikka lemmikeistäsi

-Hyödynnä kanavapisteitäsi tarjoamalla katsojillesi tapoja olla vuorovaikutuksessa

-Kysy kysymyksiä

-Hanki chatiisi ylläpitäjiä

-Asenna ylläpito botteja, jotka voivat vastata usein kysytyihin kysymyksiin ja ylläpitää chatia.

-Pyydä puhekanavallesi tuttavien keskustelemaan samalla kun pelaat

-Pyydä tuttavien keskustelemaan chatiisi luodaksesi aktiivisuutta

-Suunnittele striimeillesi keskusteluteemat etukäteen

(Gleam 2022)

Henkilöbrändin luominen

-Henkilöbrändi ei ole kiillotettu kuva itsestäsi, vaan se tarkoittaa mielikuvaa joka muilla ihmisillä sinusta on

-Älä tee mitään, mikä ei ole sinulle luontevaa

-Ole oma itsesi, älä yritä olla täydellinen tai miellyttää liikaa muita

-Ole helposti lähestyttävä

-Kirjoita henkilöbrändisi tueksi tarina, jotta katsoja ymmärtää miksi olet juuri nyt tässä. Se voi kertoa tarkoituksesi ja tehtäväsi, jotta antamasi lisäarvon voi ymmärtää. Tämä tarina voi olla myös ohje itsellesi, johon voit palata, jos huomaat eksyneesi tarkoituksestasi

-Terävöitä itsellesi, mihin osaamisesi kulmineituu: Oletko ammattitasonpelaaja vai yhteisöstrüimaaaja? Edellä mainitut eivät toki poissulje toisiaan

-Löydä oma kohderyhmäsi

(Kurvinen 2017, 21-22, 48)

(Own3d 2022)

Hyödynnettävissä olevat palvelut

Paypal:

-Ohjaa tienaatasi rahat Paypalin kautta itsellesi

Canva:

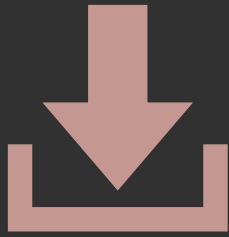
-Ilmainen logon luontityökalu

Powerspike:

-Yhdistää pelistriimaaajat ja markkinoijat

Upwork:

-Löydä projektiisi tekijä, oli sitten kyse videoiden editoinnista tai graafisesta suunnittelusta



Kiinnostuitko pelistriimaamisen aloittamisesta ja haluat tietää lisää esitellyistä aiheista?

Lataa Pelistriimaaminen tulonlähteenä -
opinnäytetyöni tästä:

Lähdeluettelo

Gamer aesthetic 2021. KUINKA PALJON TWITCH -STREAMER TIENAA?

Luettavissa : <https://gamer-aesthetic.fi/blogs/gamer-aesthetic-blog/kuinka-paljon-twitch-streamer-tienaa> . Luettu : 16.3.2022.

Gleam 2022. 9 Ways to Grow Your Twitch Channel in 2022. Luettavissa :
<https://gleam.io/blog/twitch-growth/> Luettu: 20.2.2022.

Kurvinen ,J. 2017. Henkilöbrändi : asiantuntijasta vaikuttajaksi . 1 verkkoaineisto.
Alma Talent. Helsinki. E -kirja . Luettu: 12.1.2022.

Oberlo 2022. How to make money on twitch in 2022: the ultimate guide.

Luettavissa : <https://www.oberlo.com/blog/how-to-make-money-on-twitch>
Luettu: 18.1.2022.

Own3d 2022. Creating a Unique Selling Proposition. Luettavissa:

<https://www.own3d.tv/en/blog/tips/usp-as-a-streamer/> Luettu : 13.3.2022.