

Mitä puuttuu kuvasta? -> Ihmiset



# IHMISET, SYY JA RATKAISU KAIKKIIN ONGELMIIN



**Preppaamo**  
Jussi Rasku  
[jussi.rasku@sepeliry.fi](mailto:jussi.rasku@sepeliry.fi)

Rytmikorjaamo  
25.10.2018

Esittele itsesi ja meriitit:

- Tietotekniikan DI
- Viimeistelen väitöskirjaa kuljetusten optimoinnista
- Seinäjoen pelikehittäjien perustaja ja puheenjohtaja
- Vuoden aluekehittäjä 2014

Apurahoja, Pitch-kilpailuja. Konferensseja (runner up SCOR 2016).  
Opettajan koulutus ja pätevyys.



**SEPELI RY**

## OSA1: IHMISIIN VAIKUTTAMINEN

Yhteistyö on onnistuneen toiminnan edellytys



## Ystäviä, menestystä ja vaikutusvaltaa



Joskus myös haukuttu ”manipulaattorin oppikirjaksi”. Minusta ei ollenkaan sellainen, vaan opus, joka pitäisi luetuttaa koulussa kaikille.



## Carnegien Periaatteet

### Ole ystävällisempi

Älä kritisoi, tuomitse tai valita

Kehu kun siihen on aihetta

Kiinnostu ihmisistä

- kannusta ihmisiä puhumaan – ja kuuntele
- selvitä, mistä toinen on kiinnostunut
- auta toista tuntemaan itsensä tärkeäksi
- anna toiselle se mitä hän haluaa, ei sitä mitä sinä haluat

Hymyile enemmän

Muista nimet

### Voita ihmiset puolellesi

Arvosta ihmisten mielipiteitä ja yrityä nähdä heidän näkökulmansa - vältä kiistoja

Myönnä auliisti olevasi väärässä

Ole ystävälinen ja avoin

Yritä saada ihmiset nyökkäilemään ja sanomaan "kyllä"

Anna toisen puhua

"Istuta" ajatuksia

Elävöitä ideoitasi



Kirjoissa on viisautta. Kirjoitus on tapa ”ladata” toisten ihmisten ajatuksia sinun päähäsi. Ei ihan kuten Matrixin lentotaito, mutta lähellä!



## ESIINTYMISTAIKOT

Yleisölle puhuminen - miten saada luonnottomasta luonnollista

Edessä sadan, tai edes kymmenen silmäparin edessä seisominen on ihmiselle luonnoton paikka. Tulee tunne, että ”o-ou”, mitä nyt tein! Tekee mieli paeta: vaarana nöyryytys ja hylkäys. Samalla kuitenkin pitäisi pystyä olemaan luonteva.



“The human brain starts working the moment you are born and never stops until you stand up to speak in public.”

- George Jessel

Yksi suurimmista peloista, mitä ihmisiillä on. Useimmiten vanhempana tästä tulee helpompaa kun alkaa vähemmän välittää koko asiasta (siis toisten hyväksynnästä). Samalla, kuitenkin, pitäisi arvostaa niitä – eikä hukata kenenkään aikaa...



## MIKSI?

### MIKSI SUURI OSA ESITYKSISTÄ ON TYLSIÄ?

Tavoite: siirtää ajatuksia sinun päästäsi yleisön päähän. Kirjoittaminen ja lukeminen on tehokkaampaa, mutta energia puuttuu.

Hyvän esityksen pitäminen on vaikeaa: pitää täyttää ja mielellään ylittää yleisön odotukset, mutta samalla esitelmöitsijän pitää tuntea olonsa rennoksi ja varmaksi, jotta tässä on mitään mahdollisuksia onnistua.

Jotta saat jonkun muutoksen aikaan yleisössä, tarvitaan energiaa. Muuten – miksi edes ryhtyä?

Toisaalta – yleisö on aina vastaanottavainen. Yksikään yleisö ei halua kuunnella tylsää ja puuduttavaa esitystä – ei vaikka olisi pakotettuna osallistumaan (ja voisi väittää, että erityisesti silloin). Toisaalta kukaan ei synny eikä herää valmiina pitämään esitystä. Kaikkia jännittää ja hirvittää.

# Yleisölle puhuminen

miten pitää hyvä esitys vs. mikä on hyvä esitys

## Harjoittele (jopa videoi)

- Älä väheksy yleisön aikaa
- Rääätälöi sisältö yleisölle
- Mieti pääviesti(t)

## Ääni ja puhe

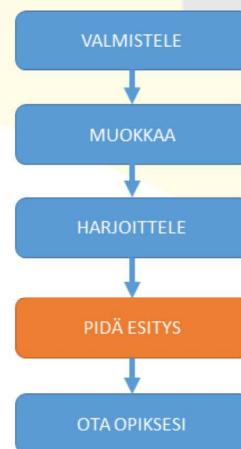
- Lämmittele äänesi
- Älä mumise
- H I D A S T A

## Kehonkieli ja sijainti

- Pukeudu siististi
- Ole rento, avoin ja energinen
- Ole tietoinen siitä **missä seisot ja miten**

## Varaudu kysymyksiin ja esitä niitä

Älä ole oma kriitikkosi

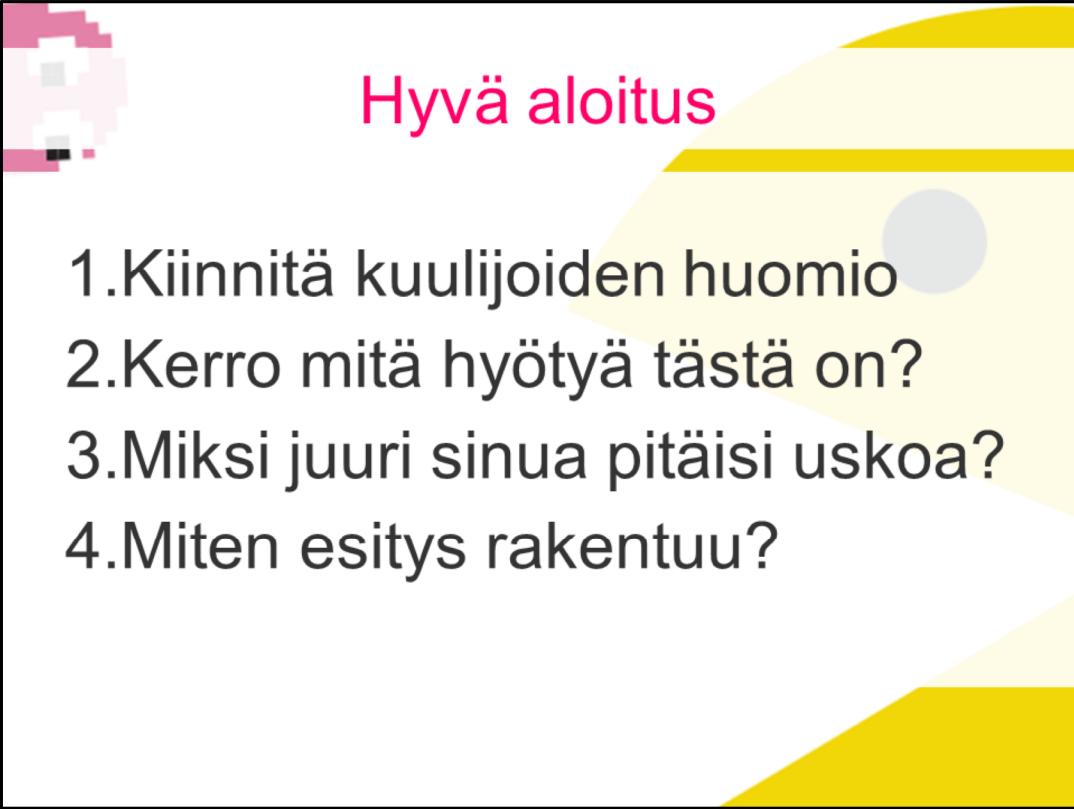


Valmistelemalla huolellisesti tai harjoittelemalla paljon häviää aitous? Ei. Kun treenaa tarpeeksi hyvin asian, voi olla oma itsensä ja itseluottamus lisääntyy. On helpompi rääätälöidä esitystä kun hallitsee sen läpikotaisin.

"Laita ideat esiintymisestä muhimaan takaraivoon heti. Kirjaan ylös mieleen pulpahtavat ideat."

Myös vertailu internetsiintyjiin saattaa lannistaa. Rima asetettuu helposti todella korkealle.

Jostain syystä puhumistaitoa pidetään sellaisena, jonka kanssa joko synnytään tai sitten ei. Ei nähdä, että se on vain taito, jonka voi oppia \_tietoisesti harjoittelemalla\_.



## Hyvä aloitus

1. Kiinnitä kuulijoiden huomio
2. Kerro mitä hyötyä tästä on?
3. Miksi juuri sinua pitäisi uskova?
4. Miten esitys rakentuu?

Ihmisten huomio on ailahtelevaa. Jopa kiinnostavan esityksen aikana tulee silloin tällöin haaveiltua tai tsekattua kännykkää.



# Keskity tunteisiin, älä kalvoihin

Mielikuvien, vision ja tunteiden välittämistä

Uskottava rooli yhdistyy innostukseen, joka puolestaan on tunnetila.  
"tässä on jotain, minkä vuoksi haluan kuulla tätä kaveria lisää."  
mieti mistä löydät innostusta.

Innosta, yllätä, ihastuta, vihastuta, hauskuuta  
Ole intohimoinen. Ole aito.

Älä luota liikaa visuaalisiin apuneuvoihin.  
Äläkä missään nimessä täytä kalvoja tekstillä.



“Always be a first-rate version of yourself, instead of a second-rate version of somebody else.”

- Judy Garland

Jokaisella tyyllillä voi tehdä erittäin hyvän vaikutuksen. Treenaaminen ja suunnittelu lisäävät itseluottamusta, mikä hälventää jännitystäkin.

Katso, analysoi ja opi (esim. TED). Muista kuitenkin aitous, opitut maneerit näyttävät helposti teennäisiltä.



## OSA1: Q&A

psst. <http://bit.ly/liitysepeliin>  
(se on ilmaista)

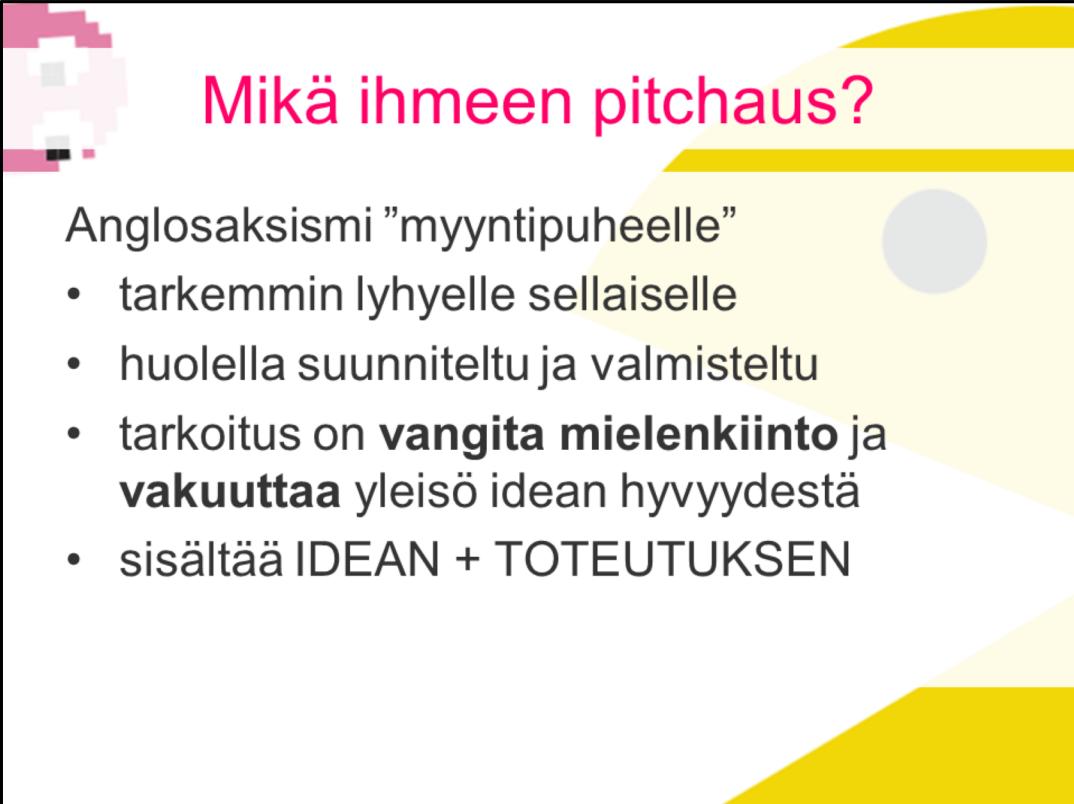


[jussi.rasku@sepeliry.fi](mailto:jussi.rasku@sepeliry.fi) / [tiedustelut@sepeliry.fi](mailto:tiedustelut@sepeliry.fi)



## OSA2: PITCHAUS

eli peli-idean esittely ja myynti



## Mikä ihmeen pitchaus?

Anglosaksismi "myyntipuheelle"

- tarkemmin lyhyelle sellaiselle
- huolella suunniteltu ja valmisteltu
- tarkoitus on **vangita mielenkiinto ja vakuuttaa** yleisö idean hyvyydestä
- sisältää IDEAN + TOTEUTUKSEN

Idea: "Peli jossa voi rakentaa juttuja"

Toteutus: "Pelimaailma rakentuu kuutioista eli vokseleista joita voi louhia hakulla tai pinota kuin tiiliä tai legoja. Ainiin ja osaan koodata, tässä proto."

Ei välttämättä sisällä, mutta selvitä itsellesi: Mihin tarpeeseen vastaa? Mitä todisteita sinulla on siitä, että tarve on olemassa ja tarpeeksi suuri (ja jos haet rahaa, tarpeeksi rahakas)? Mitkä ovat suurimmat odotettavissa olevat haasteet ja kuinka aiot(te) selättää ne? Onko prototyyppiä? Miksi juuri sinä osaisit toteuttaa tarpeen tyydyttävän pelin?



## Yleistä

Suhtaudu kuten työhaastatteluun:

- Siistit tilanteeseen sopivat vaatteet
- Ajoissa paikalla
- Muista hymyllä

Pitchaus on tavoitteellista toimintaa. **Mitä haet?**

Selvitä etukäteen **kenelle puhe tulee pitää**, jotta saavuttaisit tavoittelemasi.



## Rakenne (5 min puheelle)

- |        |          |   |
|--------|----------|---|
| 15 s,  | <b>1</b> | Mistä on kyse, aihe?                                    |
| 30 s,  | <b>2</b> | Kuka olet ja miksi sinua kannattaa kuunnella (meriitit) |
| 1 min, | <b>3</b> | Esittele ”ongelma”                                      |
| 3 min, | <b>4</b> | Esittele ratkaisu ja sen hyödyt                         |
| 30 s,  | <b>5</b> | Miten tästä eteenpäin?                                  |

### 1 = Mistä on kyse (puheen aihe), Paalutetaan tontti – kuvataan genre

2 = Otetaan kuulija haltuun – vakuutetaan, miksi juuri tästä puhujaa kannattaa kuunnella.

- Mikä on eritysosaamisalueesi eli mitä teet ja
- mitä olet tehnyt. Myös tuntemattomammat tuotteiden nimet voivat vakuuttaa. Jos edustat isompaa joukkoa, kerro lyhyesti myös heistä ja heidän osaamisestaan.

3 = Kuvataan toimialalla esiintyneitä ongelmia ja niiden vaikutusta yleisön eloona -> ladataan vähän jännitystä.

4 = Esittele ratkaisu. Luetellaan hyödyt (erityisesti kuulijoille), innostetaan (voidaan vaikka mainita vielä ongelma). Miten ratkaisu on parempi kuin muut ja miksi? (kilpailijoiden maininta kertoo, että olet kärryillä heistä -> käännä sen jälkeen siihen miten oma juttusi on parempi).

Lisäksi: Pysy faktoissa ja esitä asiat suunniteltuina, älä haaveile tulevia ja turhia. -> Uskottavuus

IF Sijoittajapitch THEN

- Kuvataan potentiaalinen markkinan koko.
- Kerrotaan REALISTISET tuotto-odotukset ja miten se saavutetaan (ansaintamalli). -> Uskottavuus
- Miten peli tavoittaa yleisönsä? Miten sitä tullaan markkinoimaan jne. (pelkkä ”pistän sen marketplaceen ei riitä”).
- Onko sinulla todisteita sitä, että idea toimii ja että se kiinnostaa? Lukuja ja metriikoita pöytään!

## USKOTTAVUUS, USKOTTAVUUS; USKOTTAVUUS

5 = Miten tästä eteenpäin? Selkeä ehdotus, esitys, jatkotoimi. Kuulijalle tilaisuus tarttua kiinni. MIETI MYÖS ITSE MITÄ PITCHILLÄ TAVOITTELET. Jos pyydät rahaa valmistele budjetit ym. niin tiedät mitä mikin maksaa ja osoitat, että olet suunnitellut (järjevästi) mitä ehdotuksesi maksaa.

Muuta:

- Jos mahdollista yritä saada toiset nyökyttelemään ja myötäilemään. Tämä alustaa suhtautumista jatkotoimiehdotukseen.
- Jatkokeskustelussa kuunnelkaa enemmän kuin puhutte. Ole aidosti kiinnostunut ja pidä toisen esittämiäasioita tärkeinä. Ihmiset tykkäävät puhua itselle tärkeistä jutuista.
- Lisää vinkkejä toisen vakuuttamiseen: Dale Carnegie : Miten saan ystäviä, menestystä, vaikutusvaltaa.



## PITCH VS. HISSIPUHE

### Pitchaus, 3-5 min

Aihe

Vakuutetaan kuulija

Kuvataan ongelma

Esitetään ratkaisu

Aava hyödyt

Ehdotus jatkosta

### Hissipuhe 5-30 s

Vangitse mielenkiinto

= Esitetään ratkaisu

= Aava hyödyt

≠ Jätä muistijälki

M

R

H

Hissipuheella tarkoitetaan usein tilannetta, joka tulee yllättää ja jossa jokin asia pitää kertoa lyhyesti.

Pitchaukselle eli myyntipuheelle on yleensä määritelty aika, paikka ja kesto.

Vakuutetaan kuulija ->

mikä ideassa on ainutlaatuista,

mitä erityisosaamista sinulla ja tiimillä on,

mitä verkostoja tai muita olennaisia resursseja (raha, pelimoottorit) on

käytettävissä

Kuvataan ongelma ->

ketä vastaan kilpailut, mikä on se niche, jonka peli täyttää. Miten se erottuu massasta?

Esitetään ratkaisu ->

Asiakasryhmä? Ostomotiivit ja kriteerit? Mitä he arvostavat? Tarpeet ja oston esteet?

Hinnottelu (Free2play, premium, muu mikä?)

Hissipuhe voi suuren osan ajasta olla tehokkaampi työkalu. Tärkeillä ihmisiillä ei ole aikaa kuunnella jaarittelua. Esittele ideasi itsevarmasti lyhyellä, selkeällä ja vangitsevalla tavalla. Jos et pysty vakuuttamaan sijoittajaa parissa minuutissa, on epävarmaa, että pystyt vakuuttamaan asiakkaitakaan.

Itseasiassa 5 ja 30 s versiot voivat olla käyttökelpoisempia. Harvoin saat ketään kuuntelemaan vapaamuotoisessa tilaisuudessa 5 minuuttia.

Ratkaisu = mitä pelaaja tekee! (vs. mikä peli on)

Tärkeä ero, vähän niinkun passiivi ja aktiivi. Taas: kannattaa vertailla esim. app storen kilpailijoihin.

# ONE SENTENCE STORY

Veitsenterävä, ytimekäs yhteenvetö pelistä

- Teema / tavoite / mekanikka

## Myyntilause

- Kuka on *ideaaliasiakas*?
- Miksi hän haluaa pelata teidän peliä?
- Tunnesanat (rohkea, uraauurtava)

## Useampi lause käytössä?

Kuvaaa, mitä pelaaja tekee (vs. mikä peli on) tai esitä haaste tai kutsu.  
Käytä aina aktiivia, älä passiivia.



Lähde: <http://www.gamesbrief.com/2013/06/describe-your-game-better-hook-more-players-make-more-money/>

Myyntiväättämä (unique selling point – "The best a man can get")



## Esimerkkejä

**“It’s prehistoric egg blasting fun!” (Dynamite)**

**“Use your slingshot to match three or more dino eggs of the same color... and watch them explode!” (Dynamite)**

**“Can you blast all the eggs before Mama Brontosaurus tramples your game?” (Dynamite)**

**“Come and see what everyone is hootin’ and hollerin’ about.” (Farmville)**

**“Bejeweled is the first and only puzzle game since Tetris to be inducted into Computer Gaming World’s Hall of Fame. Play it yourself to find out why!” (Bejeweled )**

Lähde: <http://www.gamesbrief.com/2013/06/describe-your-game-better-hook-more-players-make-more-money/>



## Hyvä kuvaus? Vai huono?

**“Minecraft** is a sandbox video game which allows players to build with a variety of different blocks in a 3D procedurally generated world.”

*“Unleash your creativity in our building and survival sandbox!”*

Näytä eka ja kysy miten sen voisi sanoa ”myyvemmin”.

David Barnes (2013) **“Make your game a success by giving it a kick ass description!”:**

- Avoid “[title] is a...” in your description. It’s boring.
- Be sparing with techie and gamer words. They carry no emotion for most people.
- Do use “genre appropriate” words. Action games should include words like “action-packed”, “fast-paced”, “thrilling”.
- Every single thing you say must be a good reason to play.
- Start sentences with VERBS. Starting sentences with a verb puts the player into the action.
- Say “you” and “your” a lot. Never “the player”
- Don’t waste words. Keep sentences short.
- Suspend disbelief. It’s more fun and more compelling if the game description lets us forget reality and experience the game.



## Harjoitus:

1. ota suosikkipelisi Wikipediakuvaus
2. tee siitä myvä
  - yhden lauseen yhteenvetö ja
  - parin lauseen myyntikuvaus
3. puretaan ne yhdessä

Nuclear throne:

"Fast-paced and ruthless top-down shooter"

"Can you reach the Nuclear Throne in this fast-paced retro shooter?"

Civ V

"Pelaa yhdellä lukuisista historiallista johtajista ja varmista paikkasi mahtavimpien kansojen jokossa."

Rocket League: "Uuden aikakauden jalkapallopelit, joissa pelaajat on korvattu rakettimottoreilla varustetuilla autoilla, joista ei vauhtia puutu"

Dark Souls III

"Toughest and hardest role playing fantasy"

"Explore through dark worlds, challenge bosses and join and help others Jolly co-operation"

S.T.A.L.K.E.R

"Post-apocalyptic FPS survival horror at Chernobyl exclusion zone"

"Slavic survival simulator 2000"

"Atmospheric, ruthless and scary exploration game"

"Survival in hostile area with minimal gear, eat tuna and drink vodka to keep radioactive poisoning at bay."

Psychonauts

"Come help the aspiring psychonaut Raz explore the minds of various interesting characters"

"Join Raz on this unique platformer game, while you gain physic powers, help others, whit their mental health and solve mysteries. With these great characters and compelling plot, it's hard to stop playing."



Featurelistan ei tule olla  
luonteeltaan tekninen,  
vaan "*hauskuuslista*"



Ei detaileja, vaan mitä ominaisuudet tarkoittavat/näyttäytyvät pelaajalle  
"12 kenttää" vs. "suuri määrä erilaisia tutkittavia maailmoja"

## Vinkkejä Pitchin kirjoittamiseen

- Aloita helpoimmasta, eli ideasi **vahvuksista** (kirjaan niistä 2-3).
- Kirjoita pelisi **synopsis** (eli se mitä pelilaatikon takakannessa lukisi, tämä on ratkaisu)
- **Piirrokset** ym. visuaaliset keinot ovat tehokkaita ja suositeltavia. Varaudu kuitenkin siihen että ne eivät aina ole käytettävissä.
- Mieti tilannetta **vastapuolen kannalta**: mitä he luultavasti haluavat (ja kirjoita ne hyödyiksi).
- Tiivistä lopuksi kaikki **yhteen lauseeseen** ja aloita sillä (aihe).
- Valmistele variaatioita eri tilanteisiin ja yleisöille.  
**(tee myös 5 s ja 30 s versiot!)**

Vahvuudet: voit valit 2-3 kilpailevaa peliä ja listaa missä ne ovat sinun peliäsi parempia. Mitä jää jäljelle? Mitkä ovat ne tekijät, joilla erotut?



## Tunne ideasi ja itsesi

**Osaaminen** – mihin pelihanke tukeutuu?

**Arvot** – mitä peli opettaa tai antaa?

miksi se on toteuttamisen arvoinen?

**Ainutlaatuisuus** – erottuuko se edukseen?

Markkinatilanne äärimmäisen tiukka:

- 21 peliä päivässä Steamii (2017)
  - Mobiilipelikauppoihin lähes 400 uutta peliä päivässä (2018)
- > Erottautuminen äärimmäisen tärkeää! Kloonit ja uudelleenlämmittelyt hukkuvat massaan.



## Vinkkejä pitchin antamiseen

- Ole **napakka**. Puhu **selkeästi ja ytimekkäästi**. Pisy rakenteessa, mutta älä jäykistele.
- Tee **taustatyösi** siitä, ketä yleisössä istuu. Mukauta.
- Tee hyvä **muistilappu**. Kirjoittaminen tekee muistijäljen. Sisäistä sen jokainen juonne ja idea.
- **Treenaa** peilin edessä / kavereiden kanssa / perheen parissa / kameralle / Sepelin tapaamisissa. Toisto tekee siitä helpompaa.
- Pyydä ja ota vastaan **palautetta**. Laadi niiden perusteella muunnelmia.



## Entäs jos Pitchaus onnistuu?

Varaudu seuraauksiin

Ja vaikka ei onnaisikaan, olet saanut lisää kokemusta, ehkä lisää palautetta jne. Ensi kerralla isket vielä kovemman pitchin!



### Harjoitus:

1. valmistele pitch ja hissipuhe peli-idellesi
2. pitchataan toisillemme?



*Perfection is achieved not when there is nothing more to add, but rather when there is nothing more to take away.*

*-Antoine de Saint-Exupery*

Saint-Exupery Pikkuprinssi.



## OSA2: Q&A

psst. <http://bit.ly/liitysepeliin>  
(se on ilmaista)



[jussi.rasku@sepeliry.fi](mailto:jussi.rasku@sepeliry.fi) / [tiedustelut@sepeliry.fi](mailto:tiedustelut@sepeliry.fi)

Esim. onko tarvetta konkreettisimmille suunnittelun ja itsejohtamisen työkaluille ?