

PROSESSIPORTFOLIO

Palvelujen muotoilu ja palvelunäkökulma muotoilussa

Veera Ketonen, Iivi Leino & Nicola Minttu Mäkilä
PMUOTS15

JOHDANTO

Kurssin aikana perehdyimme Service Design -ajatteluun ja palvelumuotoiluun Selko- hankkeen kautta. Kävimme kurssin aikana läpi eri tutkimusmenetelmiä harjoitusten ja tehtävien avulla. Sovelsimme tutkimaamme hankkeeseen. Tavoitteena oli viedä palveluideoita eteenpäin ja kehittää jo olemassa olevia palveluita yhdessä palveluntarjoajien, Turun AMKin ja asiakkaiden kanssa.

Ryhmämme aiheeksi tuli kansainvälistyvien yritysten blueprinttien eteenpäin vieminen. Päädyimme rajaamaan yritykset peli-alan yrityksiin. Käytimme projektissa erilaisia tutkimusmenetelmiä kuten: benchmarking, haastattelut, palvelupolut, asiakasprofiileiden luonti ja hiljaisen tiedon soveltamista. Tutkimme myös jo luotuja pelialan yritysten Blueprinttejä ja käytimme tietoa projektissamme.

Tuotoksena loimme yrityspalveluille tietopankin ,jota he voivat tarjota pelialan yrittäjälle, joka haluaa kansainvälistyä. Peliteollisuus on kansainvälistä liiketoimintaa, 90% Suomen pelialan liikevaihdosta tulee ulkomailta, joten kansainvälistyminen on eilinehto. Peliteollisuus on kasvava ja kehittyvä ala ja koimme että infopakettillamme olisi käyttöä.

SISÄLLYSLUETTELO

PROJEKTISUUNNITELMA

YRITYS & KANSAINVÄLISTYMINEN JA TUTKIMUSMETE-
LOLMÄT

BLUEPRINTIT

ASIAKASSEGMENTIT & PALVELUPOLUT

KANSAINVÄLISTYMINEN, KONTAKTOINTIA JA TYÖN
ESITTELYÄ

BUSINESS MODEL CANVAS

KÄYTTÄJÄ BRAINSTORM, TIETOPANKIN MUOTO

KYSELYIDEN VASTAUKSIA

INFOPAKETIN SISÄLLÖN SELVITYS

LOPULLINEN INFOPAKETTI

LOPPUSANAT

PROJEKTISUUNNITELMA

1. JOHDANTO

Kansainvälistyvien yritysten blueprinttien kehittäminen yrityspalveluille.

2. TAVOITTEET

Tavoitteena on viedä palveluideoita eteenpäin ja kehittää ja testata niitä yhdessä palveluntarjoajien ja asiakkaiden. Palveluiden ideointiin ja testaukseen on jo olemassa aineistoa, jonka pohjalta jatketaan kehitystyötä.

3. ORGANISAATIO JA RESURSSIT

Turun AMK & Selko-hanke

4. PALVELUMUOTOILU TEHTÄVÄT JA AIKATAULU

7.9.2016 Kurssin aloitus

13.9.2016 harjoitustehtävä

21.9.2016 Esittelyt

27.9.2016. Service Blueprint

5.10.2016 Projekti suunnitelma & Tutkimusmenetelmät

11.10.2016 projektityöskentely:

25.10.2016 Tiedonhankinta

27.10.2016 SELKO-seminaari

7.11.2016 Esitellään muille ryhmille käyttäjäryhmät ja käyttäjäryhmien palvelupolut sekä ehdotukset palveluiden parantamiseksi.

15.11.2016 Hahmotellaan parannuksia palvelupolkuihin ja Service Blueprinttiin

22.11.2016 Hahmotellaan parannuksia palvelupolkuihin ja Service Blueprinttiin

29.11.2016 Parannettuihin Blueprinttien (skenaarioiden) ja Business Model Canvasin työstäminen, testaus

12.2016 Esittely asiakkaalle sovittuna ajankohtana

5. PROJEKTI TIIMI JA VASTUUTEHTÄVÄT

Veera Ketonen, Iivi Leino & Nicola Mäkilä

6. PALAUTETTAVA AINEISTO

Ryhmäkohtainen prosessiportfolio (visuaalinen ja kirjallinen raportti palvelumuotoiluprosessista ja tuloksista), josta tulee ilmetä koko prosessi: Ideat, asiakassegmentit, nykyiset palvelupolut ja blueprintit (business model canvas), käyttäjätiedonhankintamenetelmät, palvelupolkujen ja service blueprintin (business model canvasin) kehittämisprosessi ja testaukset, lopullinen palveluehdotus (service blueprint ja business model canvas)

YRITYS & KANSAINVÄLISTYMINEN JA TUTKIMUSMENETELMÄT

SELKO – hanke Kansainvälistyvien yritysten blueprinttien kehittäminen

Veera Ketonen, Nicola Mäkilä & Iivi Leino

Ensimmäisessä tehtävässä brainstormasimme ja tutkimme miten Yritys voi kansainvälistyä. Tässä vaiheessa emme olleet vielä rajanneet tehtäväämme pelialan yrittäjiin.



Tutkimusmenetelmät :

1. Business model canvas
 - Auttaa määrittelemään lähtökohdat ja selkeyttää toimeksiantoa
 - Luo kokonaiskuvan
2. Online etnografia
 - Tutkitaan onko samanlaisia ideoita muualla
 - Otetaan selvää onko tarvetta meidän idealle
3. Design drivers
 - Löydetään ne pääpiirteet projektista johon voimme keskittyä
 - Löytää ydin toimeksiantoon
4. Tiedonkeruu
 - Kerätään tietoa maailmalla menestyneistä yrityksistä ja perehdytään heidän keinoihin ja toimintamalleihin
5. Asiakasprofiilit
 - Määritellään kuka käyttää palvelua
 - Eriytyypisiä ihmisiä & yrityksiä että palvelu soveltuisi kaikille



BLUEPRINTIT

Blueprint

Pelialan yrittys

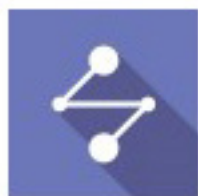
[illegible]

Blueprint

Pelialan yritys (opiskelijapohjainen)

[illegible]

Lähdimme tutustumaan pelialaan jo valmiiden blueprinttien pohjalta. Blueprinttejä oli kaksi erilaista. Näistä saimme hyvän pohjan sille miten peliyritys syntyy. Kuitenkaan blueprintsissa ei käsitelty paljoa kansainvälistymistä. Tarkemmat blueprintit löytyvät Selko-hankkeen nettisivuilta. Samaan aikaan tutkimme netistä miten peliyrityksen syntyvät ja mitä yrittäminen vaatii.



SELKO

ASIAKASSEGMENTIT & PALVELUPOLUT

Palvelumuotoilussa käytettävien menetelmien esittely koko ryhmälle.

Esitutkimusvaihe, asiakasymmärryksen ja yrityksen/organisaation näkökulmasta syntyvän näkökulman määrittelyt: Tiedonhankinta palvelun käyttäjistä ja käyttäjäprofiileista. Mietitään ja analysoidaan nykyisiä palvelupolkuja kontaktipisteineenkäyttäjärühmien näkökulmasta.

Tehtävässä pohdimme asiakassegmenttejä ja palvelupolkuja ilman ja yritys-palveluiden kanssa. Lähdimme aluksi miettimään ääripäitä, josta olisi helppo lähteä pohtimaan käyttäjää ja palvelua.

Tehtävä 6

Palvelua tulee käyttämään olemassa olevat ja aloittelevat pelialan yritykset, joilla on ajatuksissa kansainvälistyminen.

Päätimme rajata kohderyhmän pelialan yrityksiin koska koemme, että kansainvälisyys on heille elinehto. Käytämme pohjana Pelialan Blueprinttiä.

http://media.wix.com/ugd/cac045_eef725258bec489ee1ef93656d07e937.pdf

Ketonen Veera, Leino Iivi ja Mäkilä Nicola

ASIAKASSEGMENTIT

HYVÄT JUTUT

- Piiri pieni pyörii
- Globaalit markkinat
- Rajoittamattomat mahdollisuudet
- Koulutus ja kurssit



HAASTEET

- Mistä saada tietoa?
- Keneen ottaa yhteyttä?
...mahd. yhteistyökumppanit/rahoitus
- Lähtökohdat
- Innovatiivisuus
- Brändäys
- Sosialisointi

PALVELUPOLUT KÄYTTÄJÄRYHMITÄIN

Junnu-Jonne 26v

- istuu kotonaan, juo ES
- ylilautaa ja steam
- haaveena aina ollut keksiä uusi Max Payne
- koodaa 24/7, testailee juttuleita
- juo ES
- Kehittää simppelein tasohyppelypelin, jonka julkaisee ilmaiseksi steamissä
- muut nauttivat ..ilmaiseksi

Keijo-Konkari +30 ja kaverit

- työryhmä erialojen ammattilaisista
- ovat työelämässä
- ajanhermolla, ymmärtävät trendit ja brändäyksen
- ovat aktiivisesti yhteydessä toisiinsa
- kehittelevät tulevaisuusnäkömiem pohjalta monitasoisen strategiaapelin
- peli julkaistaan pohjoismaissa
- haluavat kumminkin päästä paremmille markkinoille ja kansainvälistyä



PALVELUPOLUT KÄYTTÄJÄRYHMITÄIN



Junnu-Jonne 26v

- Yrityspalvelut käy esittäytymässä koululla, ja sitä kautta Jonne saa käsiinsä kansainvälisyys tietopankin
- Lehtisen innoittamana päättää osallistua NY Start Uppiin
- NY:n kautta saa tuekseen pienen aiheesta kiinnostuneen työryhmän
- Käy työryhmän kanssa Tjänin Turun toimistolla (tämäkin lehtisessä mainittu)
- Lähtee työryhmän kanssa Kiinaan vaihtoon, ja samalla katsastaa markkinat
- Saavat kokemusta sekä kontakteja
- Ovat nyt paremmin varustautuneet oman pelin luomiseen ja sen markkinoille vientiin

Keijo-Konkari +30v ja kaverit

- Käy Digiexpo-pelimessuilla Helsingissä ja saa sieltä kansainvälisyys tietopankin käsiinsä
- Innostuu, sillä tietopankissa on paljon infoa Amerikan markkinoille suuntautumisesta
- Liittyvät kavereiden kanssa Enterprise Europe Networkiin ja etsivät Amerikan kontakteja
- Kehittelevät samaan aikaan toista peliään
- Saavat kutsun messuille Amerikkaan
- Iso amerikkalainen pelialanyritys palkkaa Keijo-Konkarin



Laitoimme kyselyä Suomen Pelinkehittäjät ry:lle sekä Suomen Game Executivelle Aalto Yliopistoon. Vastauksia odotellessa...



Suomen elektronisen urheilun liito Seul on hyvä jäsenistö mistä voi löytää uusia yhteistyö kumppaneita mahdollisesti myös kansainvälistymiseen.



Suomen Pelinkehittäjät Ry on Suomen pelinkehittäjäyritysten yhdistys. Yhdistyksen tehtävänä on toimia suomalaisten peliyhtiöiden yhteistyöelimenä, toiminnan edistäjänä ja edunvalvojana.

- Suomen pelinkehittäjät ry:n toimintaan sisältyy:
- Suomen pelialan yritysten etujen valvonta ja liiketoimintaedellytysten parantaminen kiinteässä yhteydessä valtion hallinnon organisaatioiden ja muiden pelitoimialan toimijoiden kanssa.
- Oikean ja puolueettoman tiedon tarjoaminen pelialan yritystoiminnasta Suomessa niin julkisen sanan, rahoittajien kuin valtionhallinnon eri organisaatioiden käyttöön.
- Suomalaisen peliklusterin yhtenäisyyden ylläpito.
- Pelialan yritystoiminnan edustaminen sekä kotimaassa että kansainvälisissä yhteyksissä.
- Pelialan kehitystä tukevien tapahtumien ja koulutuksen järjestäminen yhteistyössä muiden pelialan organisaatioiden kanssa.

Olemme pohtineet vaiheita infopakettiin jotka kuvattaisiin "Leveleinä".



LEVEL 1: Miksi meidän pitää kansainvälistyä? Milloin ja mitä kansainvälisellä toiminnalla tavoitellaan?



LEVEL 2: Mikä on pääkohderyhmä ja miten se voidaan tavoittaa? Missä on todellista kysyntää tuotteellesi ja mistä tiedät kysyntää olevan?



LEVEL 3: Mitä se vaatii yritykseltäsi ja miten kansainvälisille markkinoilla kannattaa edetä? Rahoitukset, tukirahat.



LEVEL 4: Mistä yhteistyökumppaneita? Messut, matkat, tapaamiset.



LEVEL 5: Kansainvälinen markkinointi. Välitön kilpailu edellyttää kontaktien luomista, tuotteen tunnetuksi tekeminen, palautteen kerääminen, toiminnan kehittäminen ja myynnin edistäminen



Lähteet:

<http://www.selko-hanke.com/>

<http://www.pelinkehittajat.fi/>

<http://seul.fi/seul/jasenet/>

<http://www.slideshare.net/soppa/pelialan-kansainvlistyminen>

Hyvä infolehtinen sisältää:

- Rajatusti tietoa
- Yhteyshenkilöt ja sivut
- Hyvän yhtenäisen visuaalisen ilmeen
- Selkeä tiedonjaottelu
- Ei ylimääräistä kikkailua
- Valitsimme teemaksi galaksit ja avaruuden. Läpi äärettömän ja sen yli periaatteella.

AI



BUSINESS MODEL CANVAS

Avasimme itsellemme business model canvasit, jotta ymmärtäisimme yritys-
palveluita sekä käyttäjää vielä paremmin.

The Business Model Canvas

PELINKEHITTÄJÄ

Key Partners  Neogames Industry Koulutuksen tarjoajat Muut alan yrittäjät Elektronisen urheilun liitto Kansainväliset pelialan yrittäjät (EA Games, Ubisoft yms.) SparkUp	Key Activities  Rahoitus Taidot Markkinointi Brändäys Key Resources  Pelin toimivuus Visuaalisuus Saatavuus	Value Propositions  Viihdearvot Elämys- ja kokemus Sosiaaliset arvot	Customer Relationships  Sosiaalisten kanavien kautta Verkossa Channels  Messut Domino efekti Steam yms Youtube Juhlapyhiin ajoittuminen	Customer Segments  Pelaajat
Cost Structure  Markkinointi Ohjelmistot Kehittäminen ..työtunnit. Mukut Kikut: toimipiste, sähkö		Revenue Streams  Kysynnän ja julkaisukanavan mukaan		

The Business Model Canvas

Key Partners  Aloittavat yrittäjät Turun kaupunki AMK Turku Turun yliopisto Turun seudun kehittämiskeskus	Key Activities  Aikataulussa pysyminen Tiedonjako Key Resources  Tieto	Value Propositions  Tietoa -rahoitusneuvonta -riskit -yhteistyökump..	Customer Relationships  Verkossa Kasvokkain Sosiaaliset kanavat Channels  Tuputtamalla Potkurin kautta Kaupungin kautta Hiljainen tieto	Customer Segments  Aloittavat yrittäjät
Cost Structure  Palkat Vuokrat		Revenue Streams  EU:n rahoitus Valtio		

Seuraavaksi lähdimme tutkimaan kuka on käyttäjä ja tekijä ja mikä on yrityspalveluiden rooli yrityksen kanssa.

Lisäksi pohdimme eri vaihtoehtoja infolehtiselle. Päädyimme alustavasti visuaaliseen esitykseen Adobe Muse ohjelmalla nettisivuista



KÄYTTÄJÄ BRAINSTORMING

PELAAJA

Erilaisia pelaajia:

- Älypää (tieto ja opetuspelit)
- World of Warcraft (Role playing)
- MOBA
- Streamer (sosiaalinen jakaminen)
- Rahapelaajat
- Yksilöt
- Tiimit
- Lanit
- Lapset
- Ilmaisapelit
- Maksulliset
- Nostalgia
- Uutuuksien hypettäjät
- Perinteiset pelaajat; lautapelit, korttipelit jne.

Ikähaarukka 4-99

PELIN TEKIJÄ

- Aloittanut kiinnostuksesta peleihin
- Mielenkiinto pelien rakenteeseen, toimintaan, kehittämiseen, Lore (pelin tarina)
- Itseoppinut -> Koulutus
- Tietoa eri pelimuodoista
- Haluaa jakaa omaa iloa, osaamista, ideoita muille
- Kehittää erilaisia pelejä; terveys+kunto, koulutus, talous, musiikki, elämäntapa, viihde, urheilu, räiskintä jne.
- haluaa / ei halua menestyä

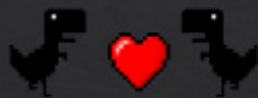
Ikähaarukka 6-99

SPARK UP

- Tehokas ja nopea
- Räätälöityä neuvontaa
- Jokainen uusi asiakas lähtee nolla pisteestä
- Ei ole valmista info pakettia



ERILAISIA VAIHTOEHTOJA TIETOPANKILLE



PDF

Flyer

Lehtinen

Vihkonen

Kirja



Nettisivu

Yhteisö

Tapahtuma

Sovellus

Kansainvälinen tapahtuma

Peli



KYSELYIDEN VASTAUKSIA

Lähetimme eri tahoille kyselyitä pelialan yritysten kansainvälistymisestä.

TURUN AMK (ANIMAATIO) EIJA SAARINEN

Turun AMK tarjoaa neuvoja kansainvälistymiseen kertomalla rahoituksista ja pitchauksista. Alan yritykset käyvät kertomassa kokemuksistaan ja järjestöt tulevat myös kertomaan toiminnastaan.

AALTO YLIOPISTO (GAME EXECUTIVE) MINNA WICKHOLM

Koulutus tarjoaa pelialan strategisen ohjelman jossa osana myös kansainvälistyminen. Aalto Yliopistosta saimme infoa lisää lehtisen muodossa.

POTKURI, SPARK UP, (SENIOR ADVISOR, GAME BUSINESS) PATRIK UHINKI

Turku Science park tarjoaa pelialan yrittäjälle yrityiskohtaisesti räätälöityä palvelua ja koulutusta, mutta yleistä tietopankkia ei varsinaisesti ole.

Käytännössä tietoa pelialasta saa ammatillisen koulutuksen ja alan seminaarien kautta.

Turun AMK:n Peliteknologian Yliopettaja Mika Luimula ohjasi meidät suoraan Patrik Uhinkin puheille.

Laitoimme myös viestiä Neogames Industryn KooPee Hiltuselle, mutta valitettavasti emme saaneet sieltä vastauksia.



FIVE STEPS AWAY



Leino Iivi, Ketonen Veera & Nicola Mäkilä



INFOPAKETIN SISÄLLÖN SELVITYS

Infopakettia rajausta ettei siitä tulisi liian laaja vaan se pysyisi simppelinä ja toimivana. Näitä rajataan vielä tiiviimpään muotoon.



Miksi meidän pitää kansainvälistyä? Milloin ja mitä kansainvälisellä toiminnalla tavoitellaan?

Mikä on pääkohderyhmä ja miten se voidaan tavoittaa? Missä on todellista kysyntää tuotteellesi ja mistä tiedät kysyntää olevan?

Mitä se vaatii yritykseltäsi ja miten kansainvälisille markkinoilla kannattaa edetä? Rahoitukset, tukirahat.

Mistä yhteistyökumppaneita? Messut, matkat, tapaamiset

Kansainvälinen markkinointi. Välitön kilpailu edellyttää kontaktien luomista, tuotteen tunnetuksi tekeminen, palautteen kerääminen, toiminnan kehittäminen sekä myynnin edistäminen



MIKSI MEIDÄN PITÄÄ KANSAINVÄLISTYÄ?

MILLOIN JA MITÄ KANSAINVÄLISELLÄ TOIMINNALLA TAVOITELLAAN?



- 90% Suomen pelitoimialan liikevaihdosta tulee ulkomailta.
- Yrityksen johdon täytyy alustavasti löytää kolme hyvää syytä miksi heidän pitäisi kansainvälistyä. Syiden pitää vastaanottaa ja kestää yrityksen sisäisten/ulkopuolisten tekijöiden tuomat arvioinnit sekä haasteet.
- Menestymisen edellytys on kansainvälistyminen. Se vaatii jatkuvaa haasteiden sekä kilpailuettujen arvioimista tämän hetkisinä, uusilla ja kehittyvillä tavoitemarkkinoilla.
- Ymmärrä kansainvälisen liiketoiminnan kustannukset, mikä on siihen panostettujen investointien tuotto sekä hinta.
- Ole aktiivinen tuotemarkkinoilla ja ajoita toimintasi oikein.

MIKÄ ON PÄÄKOHDERYHMÄ JA MITEN SE VOIDAAN TAVOITTA?

MISSÄ ON TODELLISTA KYSYNTÄÄ TUOTTEELLESII JA MISTÄ TIEDÄT KYSYNTÄÄ OLEVAN?

- Potentiaaliset asiakkaat tavoitetaan näkyvyydellä, kerätäkää tarpeeksi
- Mistä kilpaillette? Asiakkaista, näkyvyydestä vai jostain muusta? Investointeja tulevaan vai seuraatteko olemassa olevaa asiakaskantaa?
- Intuition ja tekemiseen tulee uskoa, kun on määritetty kohderyhmä sekä tavoite. Yritykseltä edellytetään kykyä tulkita myynnin trendejä sekä rohkeutta muuttaa strategiaa tarvittaessa.



Etunäköpiiristä

MITÄ SE VAATII YRITYKSELTÄSI JA MITEN KANSAINVÄLISILLE MARKKINOILLA KANNATTAA EDETÄ? RAHOITUKSET, TUKIRAHAT.

- Partnereiden tärkeys korostuu. Kenen kanssa haluatte tehdä yhteistyötä, ja tuleeko kohderyhmänne olemaan sama?
- Miettikää tarkkaan milloin tarvitsette ulkopuolista rahoitusta, millä summalla olette valmiita luopumaan osasta yrityksen äänivaltaa ja miten omistus tulee rakentumaan tulevaisuudessa.
- Keskityttekö johtaviin alustoihin: iOS ja Android vai teettekö yhteistyötä Microsoftin tai kiinalaisten yritysten kanssa.
- Kotimaisia ja ulkomaalaisia rahoittajia: Tekes, Keksintösäätiö, Ely-keskukset, Nordic Game Program, GDC (Europe), EGDF, Microsoft.

MISTÄ YHTEISTYÖKUMPPANEITA? MESSUT, MATKAT, TAPAAMISET



- Messut ovat hyvä paikka luoda suhteita kollegoiden kanssa. Tapahtumat tarjoavat näkyvyyttä mahdollisille rahoittajille sekä yhteistyökumppaneille.
- Tukea ja apua kansainvälisyydestä seuraavilta yhdistyksiltä:
 - Neogames Finland ry
 - Pelikehittäjät ry
 - IGDA Finland ry

KANSAINVÄLINEN MARKKINOINTI. VÄLITÖN KILPAILU EDELLYTTÄÄ KONTAKTIEN LUOMISTA, TUOTTEEN TUNNETUKSI TEKEMINEN, PALAUTTEEN KERÄÄMINEN, TOIMINNAN KEHITTÄMINEN SEKÄ MYYNIN EDISTÄMINEN.

- Luokaa visio ja strategia sekä mielikuva erilaisista skenaarioista.
- Mitkä ovat yrityksen vahvuudet ja miten tuoda niitä parhaiten esille.
- Milloin on oikea aika julkaista peli, miten tukea julkaisua ja edistää sen näkyvyyttä.
- Julkisuuden saaminen; yhteisöt, foorumit, tiedotteet.
- Suomessa saavutettu esiintymiskokemus ja maine voivat edistää vientiä.



Miksi kannattaa kansainvälistyä?

90% Suomen pelitoimialan liikevaihdosta tulee ulkomailta.

Globaali toiminta on tie menestykseen.

Miten kansainvälisille markkinoille kannattaa edetä?

TURKU AMK
TURKU UNIVERSITY OF
APPLIED SCIENCES



**PELIYRITTÄJÄNÄ
MAAILMALLE**

opas kansainvälistymiseen

Kapua
kaikki
VIISI
leveliä!

LEVEL 1

Määrittää kohderyhmä sekä asiakaskunta.

Opetelkaa tulkitsemaan myynnin trendejä.

LEVEL 2

Tavoita asiakkaat sekä yhteistyökumppanit näkyvyydellä. Ole aktiivinen tuotemarkkinoilla ja ajoita toimintasi oikein.

Osallistu tapahtumiin; Digiexpo, Gameexpo, Gamepad, Exile...

Julkisuuden saaminen; yhteisöt, foorumit, tiedotteet

LEVEL 3

Suomessa saavutettu esiintymiskokemus ja maine edistävät vienyä.

Brändää myös itsesi!

LEVEL 4

Selvittää milloin tarvitsette ulkopuolista rahoitusta.

Kotimaisia ja ulkomaalaisia rahoittajia:
Tekes, Keksintösäätiö, Ely-keskukset, Mesenaatti, Nordic Game Program, GDC (Europe).

LEVEL 5

Tukea ja apua kansainvälisyydestä seuraavilta yhdistyksiltä:

Neogames Finland ry

Pelikehittäjät ry

IGDA Finland ry

LOPPUSANAT

Selko- hanke on ollut mielenkiintoinen projekti ,joka kuvas-
taa hyvin nykypäivän tapaa kuinka yritykset toimivat yh-
dessä. Olemme päässeet tutustumaan sekä yrityspalvelu-
luihin ja pelinkehittämisen perusteisiin. Suuressa osassa
työtämme on ollut tiedonhankinta ja kaikenlaiset kon-
taktoinnit yhdistyksiin sekä muille tahoille. Kurssin aikana
olemme päässeet harjoittelemaan prosessinhallintaa ,joka
on meidän mielestämme tärkeä osa muotoilijuutta ja se että
osaa jäsenellä tekemisensä omanlaiseksi palvelupoluksi.

