

Pekka Hannula

Taiteilijan liiketoimintasuunnitelma

Kun taiteilija yrittää...

Liiketoimintasuunnitelma sisältää:

Saatteeksi ja kiitokset

Liiketoimintaympäristö / ulkoinen analyysi:

1. Taidekenttä ja -markkinat

Sisäinen analyysi:

2. Taiteilija

3. Taide, taidepalvelu ja tuote

Toiminnan perusta:

4. Liikeidea

Toiminnan päämäärät:

5. Tavoitteet

Liiketoiminta käytännössä:

6. Markkinointistrategia

7. Tuote

8. Raha ja talous

Taiteilijan liiketoiminta lyhyesti:

9. SWOT-analyysi, liiketoiminnan vahvuuksia ja heikkouksia

10. Tiivistelmä

Saatteeksi

Taiteilijan ammattiin sisältyy paljon muutakin kuin pelkkä taiteellinen työskentely. Kun tarkastelee taiteilijatoimintaa laajempänä kokonaisuutena, niin toiminta muistuttaa huomattavan paljon elinkeinonharjoittamista tai pienimuotoista yrittämistä.

Suuri osa taiteilijan työajasta kuluu kaikenlaiseen muuhun kuin taiteelliseen työskentelyyn. Työpäivän mittaan joutuu hoitamaan erilaisia asioita, joilla ei sinänsä ole mitään tekemistä luovan työskentelyn kanssa.

Teosten myynti pitää järjestää ja asiaan liittyvät käytännöt on sovittava jälleenmyyjien kanssa. On neuvoteltava näyttelyistä, laitettava e-maileja, on soitettava ja tavattava ihmisiä, on tehtävä näyttelysopimuksia ja lehdistötiedotteita. Välillä teoksia pakataan ja kuljetellaan ympäri maata. On myös huolehdittava kirjanpidosta ja vakuutuksista ja on rakennettava nettisivuja. On tehtävä itseään tykö alan keskeisille toimijoille ja päivitettävä portfolioa.

Kehykset ostetaan usein alihankintana kehystäjäältä ja hankalan kokoiset kiilat teetetään puusepällä. Apulaisiakin saattaa joutua joskus palkkaamaan ja näiden eläkemaksuja maksamaan. Postissa käydään ja ateljee siivotaan, apurahoja anotaan ja niiden käyttöselvityksiä tehdään. On myös materiaalihankintoja ja työhuonevierailuihin valmistautumista. Kutsuvieraiden osoitteet on myös pidettävä ajansalla ja väliin ollaan taidekurssia vetämässä jne. Taiteilijan toiminta on kokonaisuutena lukuisten pienten osasten summa.

Taiteen keskustoimikunnan tutkimuksessa (Taiteilijan asema, Kaija Rensujeff, 2003) kuvataiteilijoista 78% määrittelee työmarkkina-asemakseen vapaan taiteilijan ja vain 6% piti toimintaansa yrittämisenä. Tässä tutkimuksessa vapaa taiteilijuus on eniten voimissaan kuvataiteilijoilla ja seuraavaksi kirjailijoilla, 58%. Kaikilla taidealoilla vapaita taiteilijoita oli keskimäärin 28% ja yrittäjiä vastaavasti 18%.

Vapaa taiteilijuus on ihannekuva siitä, että taiteilija voi omistautua vapaasti luovuudelleen ja tuottaa taidetta ilman turhia rajoitteita. Käytännössä taiteilijan arki on kuitenkin usein selviytymiskamppailua, josta vapaus on kaukana. Laskut on maksettava ajallaan ja luova työ pitää rytmittää erilaisten rahan ansaitsemiseen liittyvien pätkätöiden tai vaikkapa lastenhoidon väliin.

Käytännössä ns. vapaan taiteilijan elämään ei suurimmalla osalla taiteilijoista ole varaa. Vapaa taiteilijuus edellyttäisi ennenkaikkea sitä että on taloudellisesti riippumaton. Ja kukapa ei tästä haaveilisi.

Yrittäminen voi avata taiteilijoille tietä vapauteen, sillä jos talous paranee, niin on mahdollista vaihtaa vapaalle aina sopivin väliajoin. Itselleni yrittäminen on ollut pitkälle rahasta tehtävien asioiden ja ns. vapaan taiteilun yhteensovittamista.

Mutta jokainen arvioikoon itse onko taiteilijauran kannalta parempi hankkia lisä-ansioita muista töistä, odottaa vapauttavia apurahoja tai kehittää taiteilijatoimintaansa yrittämisen suuntaan.

Seuraava liiketoimintasuunnitelman malli on laadittu niin, että taiteilija pystyy tekstin avulla kirjoittamaan suunnitelman toiminnalleen ja pohtimaan yrittämisen mielekkyyttä omalla kohdallaan. Otsikot muodostavat sellaisenaan liiketoimintasuunnitelman rungon ja asioita käydään läpi erilaisten kysymysten avulla.

Kysymyksiä on käytetty melko runsaasti ja lopullisten vastausten antamista on pyritty välttämään. Taiteilijat ovat erilaisia ja jokaisen tulisi itse olla oman toimintansa asiantuntija.

On hyvä tiedostaa että liiketoimintasuunnitelma ei tule kerralla valmiiksi, vaan sen tarkoitus on olla toimintaa ohjaava apuväline, jota jatkuvasti hienosäädetään ja muokataan. Se on kuin kartta johon palataan säännöllisin välein, vaikkapa kerran vuodessa, tekemään tarkennuksia ja reittisuunnitelmia.

Liiketoimintasuunnitelman tärkein osa tulee viimeisenä. Kun muu kokonaisuus on ensin käyty läpi ja asioita on tarkasteltu perusteellisesti monelta kantilta, niin sen jälkeen kirjoitetaan lyhyt tiivistelmä keskeisistä asioista.

Tämä tiivistelmä kertoo kaiken oleellisen liiketoiminnastasi. Lyhennelmän tehtävänä on antaa kokonaiskuva yrittämisestäsi yhdellä silmäyksellä. Kun esittelet toimintaasi jollekin yhteistyötaholle tai rahoittajalle, niin silloin tiivistelmä sijoitetaan liiketoimintasuunnitelman alkuun.

Tämä taiteilijan liiketoimintasuunnitelma on ensimmäisiä laatuaan. Vastaavaa taiteilijalle takoitettua ohjeistusta ei ole tietävästi Suomessa aiemmin tehty, ainakaan näin perusteellisesti. Siksi toivonkin saavani tästä runsaasti palautetta. Vain palauteen kautta on mahdollista korjata mahdollisia puutteita ja päivittää liiketoimintasuunnitelmaa niin että se voisi palvella taiteilijoita mahdollisimman hyvin.

Taidekoulut ja yksittäiset taiteilijat voivat vapaasti hyödyntää tekstiä ja liiketoimintasuunnitelmassa olevia asioita parhaaksi katsomallaan tavalla. Teksti on tarkoitettu yleiseen jakeluun ja sitä voi siis vapaasti kopioida, lainata ja levittää kunhan muistaa mainita alkuperäisen lähteen.

Espoossa alkukesällä 2008

Pekka Hannula
Taidegraafikko

KIITOKSET

Taiteilijan liiketoimintasuunnitelman laatiminen ei olisi onnistunut ilman asiantuntijan apua. Kiitän saamastani tuesta Bengt Forsströmiä, joka toimii Projektipäällikkönä Yrityshautomo Arabuksessa ja Suomen taideyliopistojen koulutus- ja kehittämisinstituutti IADE:ssa. Ilman hänen neuvojaan tämä urakka olisi helposti jäänyt puolitiehen.

TAITEILIJAN LIIKETOIMINTASUUNNITELMA

Liiketoiminnan ympäristö - analyysi ulkoisista tekijöistä

1. Taiteen toimiala ja taiteen markkinat

Markkinoiden suuruus ja nykytila:

Suomalaisen taidekentän tila. Selvitä tai arvioi markkinoiden koko euromääräisesti. Miten suuret ovat suomalaiset taidemarkkinat? Paljonko rahaa liikkuu taidehuutokaupoissa ja paljonko myydään gallerioissa? Mikä on yritysten taideostoihin käyttämä rahamäärä ja miten paljon museot ja kokoelmat hankkivat taidetta? Millainen on yleinen hintataso? Jne.

Taidealan keskeiset toimijat:

Ketkä ovat toimialasi keskeiset toimijat? Miten taiteen myyntiin ja ostamiseen liittyvät asiat tapahtuvat, miten taidehankintoja tehdään? Millaisia myyntikuvioita taidealalla on?

Taidemarkkinoiden osa-alueet, segmentit:

Yritä hahmottaa koko markkina-alue ja jakaa se pienempiin segmentteihin. Millaisiin osa-alueisiin markkinat jakaantuvat? Ketkä kaikki ostavat taidetta ja miten nämä tahot olisi luontevaa jakaa erilaisiksi ryhmiksi? Esim. Kunnat, kaupungit, yksityiset kodinsisustajat, yritykset, museot, kokoelmat jne. Millainen on kysyntä ja kilpailu eri osa-alueilla?

Taiteessa muodissa olevat asiat:

Millaista taidetta myydään nyt ja miksi? Mikä on taiteessa "muotia"? Ovatko esimerkiksi video tai valokuva suosiossa juuri nyt? Entä sarjakuva? Millaisia taidevirtauksia maailmalla on ja kuka niistä päättää?

Markkinoiden kehitys:

Analysoi miten taidemarkkinat ovat kehittyneet viime vuosina. Ostetaanko taidetta enemmän vai vähemmän kuin ennen? Miten asiat ovat nyt verrattuna vuosien takaiseen tilanteeseen? Mistä löytyy tietoa suomen taidemarkkinoista?

Markkinoiden kehitys jatkossa:

Miten arvelet taiteen myynnin kehittyvän jatkossa? Millainen on taiteen markkinoiden tulevaisuus? Tapahtuuko jollain markkinoiden osa-alueella voimakkaampaa kasvua vai taantuuko jokin sektori?

Taiteen vienti ja tuonti:

Paljonko taidetta tuodaan suomeen ja mikä on taideviennin arvo? Onko kulttuurinvienti hankkeella merkitystä taiteilijoille? Millä tavalla? Miten ja ketkä ovat mukana taiteen viennissä? Ja miten taiteen vienti suomesta käytännössä tapahtuu?

Oma sijoittuminen taiteen kentällä:

Miten itse sijoitunut taiteen toimialalla? Mikä on markkina-asemasi? Millainen asema sinulla on taidekentällä? Oletko iso vai pieni tekijä alalla?

Taidemarkkinoihin vaikuttavia tekijöitä

Taloudelliset tekijät:

Arvioi miten mahdolliset korkotason nousut ja laskut, taloudellinen taantuma tai jokin muu suhdannetekijä vaikuttaa toimintaasi tai koko toimialaan. Ovatko nämä todellisia uhkia ja miten voisit niihin varutua?

Poliittiset tekijät:

Arvioi tapahtuuko kulttuuripolitiikassa jotain sellaista jolla on vaikutusta asioihin tai sinun toimintaasi. Onko tapahtumassa jotain joka voisi vaikeuttaa taiteilijayrittäjyyttäsi? Voiko esim. taiteilija-yrittäjyydestä tulla este apurahojen saannille?

Sosiaaliset tekijät:

Miten väestön ikääntyminen tai muu sosiaaliset tekijät voivat muuttaa taidekenttää tai vaikuttaa toimintaasi? Voisiko esim. vapaa-ajan yleinen lisääntyminen avata sinulle uusia mahdollisuuksia taiteilija-yrittäjänä?

Tekninen kehitys:

Vaikuttaako nykyinen tekninen kehitys markkinoiden toimintaan? Taidealan tulevaisuus ja visiot? Voisiko videoiden editoinnin halpeneminen tai sähköinen kaupankäynti avata uusia mahdollisuuksia vai päinvastoin?

Mitä uhkia ja mahdollisuuksia tekniikka tuo tullessaan? Siirtyykö taidekauppa entistä enemmän verkkoon? Paljonko taidetta myydään internetin kautta suomessa, entä maailmalla? Voiko tulevaisuuden taulu olla digitaalisessa muodossa?

Oma toiminta ja lähtökohdat - sisäistä analyysiä

2. Taiteilija

Taiteilijatoiminnan taustat:

Millainen koulutus sinulla on? Miten taiteilijatoimintasi sai alkunsa ja miten se on kehittynyt nykyiseen muotoonsa? Onko sinulla jokin erityinen tekotapa tai valmistusmenetelmä, jota olet kehittänyt? Millaista toimintasi on? Onko sinulla yrittämistä helpottavia taitoja, kaupallista koulutusta tai myyntikokemusta?

Toiminnan nykyinen tilanne:

Kuvaile millaista on toimintasi nyt. Mitä teet, mitä työpäiviisi kuluu ja miten asiat tapahtuvat käytännössä? Millaisista asioista työpäiväsi muodostuu?

Toiminnan kehittämistarpeet:

Millaisia puuteita toiminnassasi on ja mitä voisit tehdä toisin. Mitä asioita tulisi kehittää ja parantaa? Missä asioissa sinun pitää parantaa osaamistasi? Mitkä ovat keskeiset

parannusta vaativat asiat? Mitä tavoitteita asetat lähitulevaisuudelle? Mitkä asiat ovat helposti parannettavissa ja mitkä asiat ovat hankalia muuttaa? Miksi? Listaa kaikki parannusta tai muutosta tarvitsevat asiat.

Toiminnan tavoitteet ja motiivit:

Millaisia tavoitteita sinulla on taiteilijana tai taiteilija-yrittäjänä? Mikä on motiivisi taiteilijana tai yrittäjänä? Kuvaile selkeästi mitä tavoittelet, mihin pyrit? Ovatko taloudelliset tavoitteesi ristiriidassa taiteellisten tavoitteidesi kanssa?

Lisää pohdintoja taiteilijana toimimisen motiiveista löytyy osoitteesta:
www.partnerismi.fi/motiivi.html

Haasteet:

Mitkä ovat suurimmat haasteet tai esteet tavoitteidesi tiellä? Millaisia vaikeuksia kohtaat? Tarvitsetko koulutusta ja mistä sitä on mahdollista saada? Voiko jokin toimintatapa tai toimintaympäristö olla este yrittämiselle ja miksi? Entä ilmastonmuutos tai muuttuva maailmantilanne?

Työhuone ja sijainti:

Millä paikkakunnalla toimit tai tulet toimimaan? Onko paikkakunnastasi jotain etua tai haittaa? Millaista ja miksi? Millaisessa työhuoneessa toimit? Onko ateljeetilanteesi kunnossa? Tarvitsetko lisää tilaa tai uusia laitteita? Miten mahdolliset laitteet hankitaan? Onko sijainti hyvä asiakkaiden kannalta? Ovatko tarviketoimittajat, materiaalit ja mahdollinen apu työvoima sopivasti saatavilla?

Voimavarat ja puutteet:

Millaisia mahdollisuuksia sinulla on selviytyä haasteistasi? Mikä tukee onnistumistasi? Mitä vahvuuksia sinulla on? Onko sinulla riittävästi tietoa ja osaamista yrittämisestä? Tarvitsetko lisäkoulutusta tai muuta apua ja miten voisit sitä saada? Mitkä ovat puutteitasi? Miten voisit vahvistaa heikkouksiasi? Mistä saat tukea? Mikä antaa voimaa ja auttaa jaksamaan?

Tukiryhmät:

Keitä tukijoita sinulla? Mistä tai keneltä saat apua ja tukea vaikeuksissa? Onko sinulla taustatukea, johon voit luottaa? Kenen puoleen voi tarvittaessa kääntyä?

Muut sidosryhmät:

Mitkä ovat sinulle tärkeät sosiaaliset sidosryhmät? Keiden kanssa olet tekemisissä? Ja keiden kanssa voisit liittoutua, jotta toimintasi vahvistuisi? Entä muu verkostoituminen?

3. Taide, taidepalvelu ja tuote

Ydinosaaminen:

Liikeidean hahmottamiseksi on hyvä ensin pohtia ydinosaamista eli sitä osaamista tai ominaisuutta sinussa, jonka ilmentymää myös taiteesi on. Eli mikä on se perustaito tai syvällä persoonassasi oleva ominaisuus, josta esim. koko taiteesi tai tapasi nähdä ja ajatella kumpuaa? Onko se värien poikkeuksellinen kokeminen vai jotain muuta? Vai onko se performance-esitystesi takaa löytyvä kehon motoriikan luontainen hallinta ja koordinaatio kyky? Vai onko se jotain aivan muuta? Ydinosaamistaan kannattaa pohtia huolella ja yrittää hahmottaa se mahdollisimman selkeästi, sillä tämä voi avata uusia mahdollisuuksia taiteilijatoiminnan kehittämiseen ja toiminnan laajentamiseen uusille alueille.

Osaamisalueet:

Osaamisalueet ovat taas niitä taitoja, jotka ilmentävät ydinosaamista ja antavat ydinosaamiselle ikäänkuin näkyvän muodon. Osaamisalueita voivat olla esim. taidegrafiikka ja piirtäminen tai vaikkapa performance. Mitkä ovat sinun osaamisalueesi? Missä sinä olet hyvä? Mikä on paras ilmaisuvälineesi? Mitkä asiat sujuvat hyvin ja ovat mieluisia tehdä?

Taidetuote, päätuote, ydintuote:

Ydintuote perustuu osaamiselle. Se voi olla vaikkapa asiakaslähtöisesti toteutettu taidegrafiikan lahjateosten sarja tai jossain tilaisuudessa esitettävä performance-esitys. Ydintuote on selkeästi hahmotettu ja hinnoiteltu "tuote" tai taidepaketti, joka voidaan myydä asiakkaalle. Muotokuvan maalaus, hinta tämä, toimitusaika tämä ja prosessi pitää sisällään nämä ja nämä asiat.

Millainen ydintuote sinulla on tai voisi olla? Onko se sitä taidetta mitä luonnostaan syntyy vai voisiko se olla myös jotain muuta? Voisiko taiteeni pohjalta kehittää jonkin myytävissä olevan "taidetuotteen", jonka avulla voisin hankkia toimeentuloa? Voinko yhdistää taiteeni luontevasti yritystoimintaan, niin ettei siitä ole minulle haittaa taiteilijaurani kannalta? Miten? Jos taiteeni ei oikein taivu myytäväksi tuotteeksi, jota yrittäminen edellyttää, niin voisiko ydinosaamiseni pohjalta nousta esiin jotain muuta mistä voisin jalostaa tuotteen tai palvelun?

Ydintuote on taiteilijalle usein juuri se taide mitä luonnostaan syntyy ilman mitään sen kummempia tarkoituseriä tai myyntiajatuksia. Tällöin suurin kysymys toimeentulon ja yrittämisen kannalta on se miten teosten myynti voitaisiin järjestää tehokkaammin.

Sama taiteilija saattaa myös tuottaa teoksia hyvin erilaisista lähtökohdista. Hän voi tehdä tilausteoksia asiakaslähtöisesti ja tehdä samalla omaa taidettaan tarkan reviiiritietoisesti vain itsestään käsin. Hänellä voi olla jokin taiteen tekemiseen liittyvä oma tekninen sovellutus ja lisäksi hän saattaa käyttää hyvin erilaisia tekniikoita. Ydintuotteitakin voi näin olla helposti useita ja tämä on omiaan hajoittamaan kokonaisuutta.

Mutta olivatpa tekniikat, taidot ja niistä kumpuavat tuotteet kuinka moninaisia tahansa, niin toiminnan heikko kohta löytyy yleensä myynnistä. Hienoinkaan teos ei helpota toimeentuloa, jos sitä ei myydä.

Ydintuotetta kannattaa pohtia ja muutenkin karsia toiminnastaan kaikki ylimääräiset rönnyt pois. Kaikkea ei kuitenkaan ehdi ja yrittämisellä on paremmat mahdollisuudet kun maltaa keskittyä vain kaikkein oleellisimpiin asioihin.

Sivutuotteet, oheistuotteet:

Voisitko myydä ydintuotteen lisukkeena vielä jotain muuta? Esim. teosten kehystyspalvelua, taidekursseja, taidegrafiikan työtilojen osavuokrausta, taidekonsultointia, taiteen ripustuspalvelua tai teoskuvien myyntiä? Mitä oheistuotteita voisit myydä taiteesi tai ydintuotteesi ohessa? Oheistuotteilla haetaan siis lisätuloa parantamaan kokonaisansioita.

Tuotekehittely:

Millä tavalla pidät yllä ammattitaitoa ja opiskelet uusia asioita? Onko olemassa tekniikoita tai sovellutuksia joista voisi olla toiminnallesi hyötyä? Miten ja paljonko varataan aikaa tuotekehittelylle? Mitä tavoitteita tuotekehittelyllä on?

Tuotteen ainutlaatuisuus:

Millä tavalla taiteesi, tuotteesi tai palvelusi erottuu edukseen muista vastaavista? Mikä erottaa sinut kilpailijoistasi? Mikä tuotteessasi on ainutlaatuista? Miksi juuri sinun tuotteesi huomataan?

Tuotantoprosessi:

Millä tavalla teos, taidetuote tai palvelusi syntyy? Millainen on teoksen matka materiaalista valmiiksi tuotteeksi ja myyntiin? Millaisia raaka-aineita käytät? Mistä hankit materiaalisi? Onko välttämätöntä aina ostaa kaikki tarvikkeet vai voisiko jotain materiaaleja myös vaihtaa taiteeseen?

Teetätkö jotain alihankintana vai teetkö aivan kaiken itse? Paljonko aikaa teoksen tekeminen vaatii? Miten asia tapahtuu käytännössä? Voisiko jotain tehdä toisin? Miten varastointi on hoidettu? Ovatko teokset varastossa työhuoneella vai myynnissä kauppiilla?

Tuotteen elinkaari:

Millainen on tuotteesi elinkaari? Teknisesti hyvin tehdyllä öljyvärimalauksella elinkaari saattaa olla satoja vuosia, kiviveistoksella kymmeniä tuhansia, mutta hiekka- tai lumiveistoksen elinkaari on vain muutamia tunteja tai päiviä. Mitä tämänkaltaiset asiat vaikuttavat sinun tekemisiisi?

Ympäristöasiat, ekologisuus:

Miten otat ympäristöasiat huomioon taiteessasi ja tuotannossasi tai palveluissasi? Onko ekologisuudella merkitystä ja miten? Millaisia mahdollisuuksia tämänkaltaiset asiat avaavat sinulle?

Taiteilijan liiketoiminnan perusidea - liikeidea ja sen kehittäminen

4. Liikeidea

Liikeidea on se perusidea jonka ympärille yritykset rakentavat liiketoimintansa. Liikeidea pyrkii vastaamaan kysymyksiin: mitä, kenelle ja miten? Hyvä liikeidea erottuu edukseen muista vastaavista ja se on pitkällä aikavälillä aina kannattava.

Mitä:

Mitä teet? Mitä myyt? Millaisia ovat tuotteesi tai palvelusi? Mikä ydinosamieheesi nojaava tuote, palvelu tai muu idea sinulla on? Mikä tuotteessasi on innovatiivista, uutta ja oivaltavaa? Mikä erottaa sen muista vastaavista?

Kenelle:

Kenelle tuotteesi myydään, eli keitä ovat asiakkaasi? Mikä on se markkinoiden osa-alue jolla toimit? Miksi asiakkaat ostavat juuri sinun tuotteesi? Mitä asiakas saa ostaessaan tuotteesi? Ostetaanko taidettasi sijoitusmieheessä vai sisustuksen vuoksi vai parannetaanko sen avulla imagoa? Antaako tuotteesi asiakkaalle jotain lisä-arvoa? Mitä hyötyä liikeideastasi, tuotteestasi on on asiakkaalle?

Asiakas hyötyy liikeideasta / tuotteesta silloin kun se on esim. edullisempi, turvallisempi, luotettavampi, kätevämpi, joustavampi, kevyempi, pienempi, miellyttävämpi, nopeampi, vaivattomampi, helpompi, yksinkertaisempi tai jotain muuta vastaavaa.

Miten:

Miten kaikki tehdään? Eli millä tavalla liikeidealla ansaitaan rahaa? Miten myynti järjestetään? Käytätkö jälleenmyyjäiä vai rakennatko verkkokauppaa tai toimitko muulla tavoin? Miten palvelut ja tuotteet saadaan aikaiseksi ja miten ne saatetaan markkinoille? Miten markkinointi ja rahoitus hoidetaan? Mitä kustannuksia tuotteen valmistuksesta syntyy ja mikä hinta siitä voidaan periä? Miten suojataan tuotteen immateriaaliset (copyright) oikeudet?

Liikeidean kehittäminen:

Liikeideat syntyvät harvoin valmiina ja yleensä ne tarvitsevat kehittäminen. Jos taiteilija pystyy kehittämään toimivan taiteentekoon liittyvän liikeidean, niin se varmasti auttaa yrittämisessä eteenpäin. Mutta usein on kuitenkin niin että teokset eivät synny ratkaisuna asiakkaan ongelmiin vaan ne vain tehdään vapaasti, ilman tarkoitusperiä. Tällöin liikeidean pohtiminen ja yrittämisen kärki kannattaa suunnata myynnin kehittämiseen.

Tällöin voisi miettiä esim. siirtymistä työhuoneensa kanssa sinne missä mahdolliset asiakkaat ovat tai kehittää jokin muu idea myyntiä edistämään. Onko taiteessasi tai toiminnassasi muita asioita, joita voisit kehittää edelleen liikeideaksi asti? Onko asiakaslähtöisyys tai tilaustaide kokonaan poissuljettu asia taiteessasi? Voisiko olla kaksi taiteen "tuotantolinjaa", oma vapaa taide ja myyntiin tarkoitettut teokset? Voisiko liikeideana olla jokin aivan uusi tapa esitellä taidetta ja järjestää myynti totutusta poiketen? Voisiko liikeideasi toimia paremmin, jos sen takana olisi useiden taiteilijoiden ryhmä?

Ansaintamalli:

Liikeidealla siis kiteytetään liiketoiminnan ansaintamalli, se miten rahan ansaitseminen onnistuu. Klassinen ansaintamalli taiteilijalla voisi olla seuraava. Taiteilija ostaa teoksen tekoon tarvittavat materiaalit ja kehystyksen, joista muodostuvat omat kustannukset yhdessä ateljeen ym. kulujen kanssa. Valmis teos sitten myydään ja saadaan myyntituloja.

Taiteilijan kannattaa myös miettiä muunlaisia ansainta malleja, sillä suomen taidemarkkinat ovat tunnetusti aika pienet. Mitä muita tapoja voisi taiteilijalla olla rahan ansaitsemiseksi? Kurssitoimintaa, taidekonsultointia, teoskuvien myyntiä, performance esityskokonaisuuksia, videotuotantoa, lavastusten tekoa, taideoppaana toimimista, taidematkojen järjestämistä tai jotain aivan muuta?

Apua liikeidean kehittelyyn:

Keneltä voisit saada apua liikeideasi kehittelyssä? Kenen kanssa voisit käydä ideaa läpi? Löydätkö asiantuntija-apua, onko sinulla tuttavias tai sukulaisia tai joiden kanssa ideaa pystyisi hiomaan paremmaksi? Kenelle voisit jakaa ajatuksesi?

Liiketoiminnan tavoitteet ja päämäärät

5. Tavoitteet

Liiketoiminnan keskeiset tavoitteet:

Mitkä ovat liiketoimintasi keskeiset tavoitteet? Paremmat ansiot? Vaurastuminen? Taiteellisen työskentelyn mahdollistaminen? Vapaan taiteen tekemisen rahoittaminen? Perheen elättäminen? Mihin pyrit? Mikä on päämääräsi yrittäjänä? Mitä tavoitteet suhteessa kilpailijoihisi?

Liikevaihto, palkka ja talous:

Millaista palkkaa tavoittelet? Millaista eläkettä haluat saada? Millainen on liikevaihtotavoitteesi? Miten liikevaihtosi kehittyy lähivuosina?

Tavoitteet luovan työn tekijänä, taiteilijana:

Millainen on asemasi taidekentällä. Miten tunnettu olet ja millaista asemaa tavoittelet? Mitkä ovat tavoitteesi taiteilijana? Ovatko taiteelliset tavoitteesi ristiriidassa liiketoimintasi tavoitteiden kanssa?

Markkinoinnin ja myynnit tavoitteet:

Millaisia tavoitteita sinulla on myynnin kehittymisestä? Miten myynti- ja markkinointiasiat pitäisi hoitaa? Millaista kokonaisymyyntiä tavoittelet ja millaista markkinointia tavoitteen saavuttaminen edellyttää?

Luova työskentely, tuotanto ja tuotekehittäminen:

Tavoitteet luovan työskentelyn suhteen? Taiteen tekemisen tavoitteet? Paljonko teoksia

pitää valmistua, paljonko tuotantoa liiketoimintasi edellyttää? Taiteellisen ilmaisun tavoitteet? Miten näyttelytoiminta on mukana toiminnassasi?

Muut mahdolliset tavoitteet:

Mitä muita tavoitteita sinulla on liiketoiminnallesi? Uudet kontaktit, tuttavuudet ja toiminnan laajentaminen vai jotain muuta? Kenties itsensä voittaminen tai itsearvostuksen kohentaminen?

Liiketoiminta käytännössä

6. Markkinointistrategia

Markkinat ja segmentit, eli "alueet" joille liiketoiminta sijoittuu:

Millainen on markkinoiden koko? Esim. suomen taidemarkkinoiden euromääräinen koko? Millaisiin osa-alueisiin (eli samankaltaisten asiakkaiden muodostamiin ryhmiin) taidemarkkinat jakautuvat ja mitä eroja eri osa-alueilla (segmenteillä) on? Paljonko eri segmenteillä on mahdollisia asiakkaita? Ja onko eri segmenteillä kannattavuuseroja? Millaisia ja miksi? Mistä saat tietoa taiteen myynnistä ja markkinoista suomessa?

Ja millä segmentillä toimit ensisijaisesti? Millainen on taiteen kysyntä sillä osa-alueella, jolla toimit? Millaista on markkinaosuutta voisit tavoitella?

Kilpailijat:

Millainen on vallitseva kilpailutilanne? Ketkä ovat kilpailijoitasi? Kuka tavoittelee samoja asiakkaita? Miten hyvin tunnet heidän toimintansa ja tuotteensa? Mitä vahvuuksia ja heikkouksia heillä on? Miten ja missä kollegat myyvät teoksiaan? Miten he toimivat? Voisiko kilpailijoiden kanssa tehdä yhteistyötä, niin että se olisi molempien etu? Mitä opittavaa sinulla on kilpailijoistasi?

Asiakkaat:

Määrittele omat asiakasryhmäsi. Mitkä ovat tärkeimmät asiakasryhmäsi. Keitä ovat ensisijaiset asiakkaasi ja miksi?

Myytkö sukulaisillesi ja tutuillesi vai yksityishenkilöille laajemmin? Entä muut mahdolliset taiteen ostajat tai kohderyhmät, kuten museot, yritykset, kunnat, kaupungit, seurakunnat, ravintola-asiakkaat, hotellivieraat, keski-ikäiset akateemiset naiset, musiikkiteollisuus, sisustussuunnittelijat, arkkitehdit, kesävieraat, taiteen keräilijät, turistit, lomalaiset tai jotkut muut tahot?

Kuinka voisit oppia tuntemaan paremmin asiakkaasi? Onko asiakasryhmän tuntemisesta apua liiketoiminnallesi? Mistä saat tietoa kohderyhmästäsi? Kuka tekee taideoasioissa ostopäätökset?

Mitä asiakkaat saavat, kun he ostavat juuri sinun teoksesi tai taidepalvelusi? Mitä hyötyä siitä on heille? Mitä he saavat esityksestäsi tai mitä grafiikan vedoksesi juuri heille merkitsee? Mitä tunteita tuotteesi herättää?

Asiakkaiden tavoittaminen:

Keitä ovat asiakkaasi ja miten heidät parhaiten tavoittaa? Miten käytännössä markkinoit taidettasi? Yritätkö tavoittaa heitä jälleenmyynnin, galleristien kautta tai näyttelyiden avulla? Otatko yhteyksiä suoraan, pyritkö tapaamaan, soitatko vai lähetätkö sähköpostia?

Millaisia myynninedistämiseen tähtääviä asioita teet tai voisit tehdä? Mitä sinun pitäisi tehdä jotta tuotteesi, taiteesi myisi paremmin ja olisi laajemmin tunnettua?

Miten paljon aikaa sinun on varattava käytännön myyntityöhön ja myynnin edistämiseen? Mitä eroa on myyntityöllä ja myynninedistämällä? Miten myyntityö hoituu käytännössä? Voitko hyödyntää vanhoja asiakkaitasi myyntisi edistämässä?

Miten kerrot toiminnastasi asiakkaillesi? Osallistutko messuille, mainostatko? Teetkö lehdistötiedotteita? Miten ja mitä kautta tuot toimintaasi ja tuotteitasi esille? Miten nämä asiat tulisi järjestää, jotta niistä olisi hyötyä toiminnallesi? Milloin asiakas ostaa uudelleen? Voiko taiteilijalla olla pitkä-aikaisia asiakassuhteita?

Tavoitteletko näkyvyyttä mediassa? Miten ja miksi? Onko sinun järkevää mainostaa? Onko taiteilijalle mainonnasta hyötyä vai haittaa? Miksi tai miksi ei?

Onko sinulla www-kotisivut tai oma taidekauppa verkossa? Miten hyödynnät internettiä toiminnassasi? Mitä mahdollisuuksia on tavoittaa asiakkaita netin kautta?

Asiakassuhteiden hoito:

Miten pidät yhteyttä asiakkaisiin? Miten pidät huolta asiakassuhteista ja miten tiedotat heille toiminnastasi? Miten järjestät asiakasrekisterin, asiakaskortiston tai postituslistat? Miten ylläpidät näyttelyvieraslistoja? Miten usein ja miten olet yhteydessä asiakkaisiisi?

Järjestätkö asiakastapaamisia, ateljeevierailuja tai näyttelyitä erityisesti asiakkaitasi varten? Voiko asiakassuhteita ylläpitää jälleenmyyjien kautta? Miten

Oletko aktiivinen suhteessa muihin taidekentän toimijoihin, kuten kollegoihin ja päätöksentekijöihin? Mitä tahoja sinun kannattaisi tiedottaa toiminnastasi? Ovatko suhteesi tiedotusvälineisiin kunnossa? Millaisia suhteita sinun kannattaa luoda ja keihin pitäisi olla yhteydessä?

Yrityskuva, imago:

Imagosi taiteilijana tai imagosi yrittäjänä? Onko niillä eroa? Millaisena asiakkaat näkevät ja kokevat sinut yrittäjänä tai taiteilijana? Millainen mielikuva muilla ihmisillä on toiminnastasi? Kuten asiakkailla, taidekentän toimijoilla, kollegoilla, kilpailijoilla, ystävillä ja ihmisillä yleensä? Miten tämä mielikuva on tullut heille? Miten voit vaikuttaa imagoosi? Miten voit rakentaa imagoasi ja onko asialla merkitystä? Millaiset asiat olisivat imagollesi hyödyllisiä tai haitallisia ja miksi?

Tukiverkosto:

Mistä saat tukea myyntiasioissa? Millaisia tukiverkostoja, ihmissuhteita sinulla on? Keiden kanssa voisit liittoutua ja toimia yhdessä? Mistä saat voimavaroja tai apua asiakassuhteiden luomiseen ja niiden hoitoon? Mistä asioista saat voimaa, mikä auttaa jaksamaan? Miten lataat "akkujasi"?

7. Tuote**Tuotteen hinta:**

Millainen hintataso palvelullasi tai tuotteellasi on? Miten sen hinta määritellään? Mikä on tuotteesi omakustannushinta ja paljonko on myyntikate? Miten hintojen nosto tai laskeminen vaikuttaa myyntiin? Milloin hinta on sopiva? Onko hinta merkittävä tekijä vai onko laatu tai sisältö tärkeämpi? Millainen on hintatasosi markkinoilla yleensä verrattuna muihin? Paljonko teoksia pitää myydä, jotta toimintasi on kannattavaa? Miten hinnoittelu vaikuttaa tähän?

Tietoa ja ohjeistusta taideteoksen hinnoitteluun löytyy osoitteesta:
www.partnerismi.fi/hinta.html

Tuotteen laatu:

Millainen on palvelusi laatu? Mikä on laatusi tae ja miksi? Miten laatu määritellään taiteessa? Miten laadukkaasti teoksesi on tehty ja mistä asiakas sen huomaa tai tietää? Millainen on laatusi verrattuna kilpailijoihisi? Miten laadukkaita materiaaleja tai menetelmiä käytät tuotteesi valmistuksessa?

Tuotteen menestystekijät:

Mitkä asiat ovat niitä tekijöitä, jotka tekevät tuotteestasi haluttavan? Mitä etuja tuotteellasi on suhteessa kilpailijoihisi? Missä asioissa olet hyvä? Näkykö osaamisesi tuotteessasi ja miten? Mistä asioista tai osatekijöistä tuotteesi rakentuu? Millaiset asiat ovat tuotteellesi etuina? Erotutko tuotteinesi kilpailijoistasi? Ja miten? Mikä auttaa eteenpäin?

Tuotteen heikkoudet:

Mikä uhkaa toimintaasi taiteilijana, taidettasi tai palveluasi? Mikä on tuotteesi heikkous? Millaisia heikkouksia palvelullasi on? Millaiset asiat voivat vaikeuttaa toimintaasi, tuotteiden tai taiteen valmistamista tai laatua?

Tuotekehittely:

Miten paljon käytät aikaa tuotekehittelyyn ja uusien asioiden oppimiseen? Onko tuotekehittelyä riittävästi? Paljonko tuotekehittelyyn pitäisi varata aikaa ja miten asia järjestetään käytännössä? Onko uusien asioiden omaksuminen sinulle välttämätöntä vai vähemmän tärkeää?

Kysyntä:

Miten tuotteesi kysyntä tulee kehittymään seuraavien vuosien aikana? Ja miksi? Mikä edistää taiteesi, tuotteesi kysyntää? Millaiset asiat vaikuttavat taiteesi kysyntään?

8. Raha ja talous

Menot:

Millaiset kulut toiminnallasi on? Millainen on kulurakenteesi? Paljonko kuluja erilaiset asiat aiheuttavat? Työhuoneen kulut, puhelin, materiaalit, jäsenmaksut, sähkö, tietokone, näyttelyvuokrat, postimaksut, kehystykset jne. Paljonko sinulla on kuluja päivässä, viikossa, kuukaudessa, vuodessa? Miten paljon yhden teoksen valmistaminen maksaa sinulle?

Tulot:

Arvioi kaikki tulosi. Paljonko toimintasi tuottaa? Paljonko teoksiasi myydään? Osaatko hinnoitella teokset ja tuotteet oikein? Paljonko sinulle jää kulujen jälkeen jokaisesta teoksesta? Mitä muita tuloja sinulla on? Kuinka paljon saat tilityksiä jälleenmyyjiltä? Mistä eri lähteistä tulosi tulevat? Kuinka paljon teoksiasi myydään vuodessa ja millainen myynti olisi realistista?

Palkkatavoite:

Mikä on palkka tavoitteesi? Paljonko tarvitset tuloja päivässä tai viikossa tai kuukaudessa, jotta saat tavoittelemasi palkan? Paljonko myyntiä, liikevaihtoa pitäisi olla vuodessa, jotta saisit haluamaasi palkkaa? Onko realistista että saat palkan myynnillä vai tarvitsetko lisä-ansioita? Millainen eläke olisi kohtuullinen?

Hankinnat:

Mitä hankintoja on tulossa? Mitä materiaaleja, tarvikkeita tai laitteita joudut hankkimaan? Millaisia muita investointeja on tulossa? Millaisia asioita olet hankkimassa ja kuinka oleellisia ne ovat liiketoiminnan kannalta?

Rahoitus:

Mitä rahoitusmahdollisuuksia sinulla on jos joudut investoimaan esim. uuteen tietokoneeseen tai muihin laitteisiin tai työhuoneen remonttiin? Ja kuinka rahoitus järjestetään? Millaisia rahoitusmahdollisuuksia sinulla on jos tarvitset pääomaa? Onko apurahoitus, pankkilaina tai Finnveran pienyrityslaina realistisia vaihtoehtoja? Miten lainan takaisinmaksu rasittaisi talouttasi? Mistä saat tietoa rahoitusvaihtoehdoista?

Apurahat:

Miten paljon saat apurahoja ja voitko luottaa niiden saantiin jatkossa? Onko apurahoista hyötyä vai haittaa yrittämiselle? Miksi? Onko sinulla jokin anomisprosessiin liittyvä rutiini tai käytäntö, jottei kaavakkeiden täyttöön mene liikaa aikaa? Onko apurahoista ollut sinulle selkeästi apua? Miten ja paljonko? Kuinka paljon toimintasi on riippuvaista apurahoista? Onko tämä hyvä vai huono asia?

Kirjanpito ja apua raha-asioissa:

Onko järkevää tehdä kirjanpito itse vai olisiko parempi käyttää kirjanpitäjää? Voiko kirjanpitäjältä saada laajemmin neuvoja raha-asioissa? Mistä muualta voit saada neuvontaa ja apua raha-asioissa?

Liikevaihto:

Millainen liikevaihto toiminnallasi on ja miten se kehittyy lähivuosina? Mitkä asiat ovat liikevaihdon kannalta kaikkein oleellisimpia? Mistä rahaa tulee kassaan eniten?

Taiteilijan liiketoiminta lyhyesti

9. SWOT-analyysi (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats)

(Vahvuudet ja heikkoudet ovat toimintaan vaikuttavia sisäisiä tekijöitä, joita arvioidaan suhteessa kilpailijoihin. Mahdollisuudet ja uhkatekijät ovat toimintaympäristössä ja tulevaisuudessa vaikuttavia asioita. Swot-analyysin avulla hahmotetaan liiketoiminnan mielekkyyttä. Kaikki toimintaan vaikuttavat asiat listataan kategorioittain. Jos heikkoudet ja uhkatekijät painottuvat liikaa, niin silloin liiketoiminnalla ei ehkä ole riittäviä edellytyksiä.)

Liiketoimintasi vahvuudet:

Mitkä asiat ovat liiketoiminnassasi vahvuuksia? Millaisiin asioihin toimintasi nojaa, mitkä seikat ovat toimintasi tukipilareita? Millaisia vahvuuksia sinulla on? Mitä teet paremmin kuin kilpailijasi? Onko sinulla jokin kilpailuetu? Onko sinulla tietoa, taitoja, motivaatiota, resursseja, kokemusta, yhteyksiä, taustatukea, rahoitusta tai muita seikkoja, jotka vahvistavat toimintaasi?

Toimintasi heikkoudet:

Mitä heikkouksia sinulla on? Millaiset asiat ovat liiketoimintasi heikkoja kohtia? Mitä asioita kilpailijasi tekee paremmin? Mikä hoituu huonosti? Mitä heikkouksia on luonteessasi? Missä asioissa on parantamisen varaa? Laiskuus, ihmispelko, liiallinen asioihin takertuminen, tekemisen hitaus, stressi, rahan tai muiden resurssien puute? Entä heikko oma terveys tai ihmissuhdeongelmat? Ristiriidat yrittämisen ja taiteilijauran yhteensovittamisessa?

Mahdollisuudet:

Millaiset toimintaympäristössä olevat asiat ovat sinulle mahdollisuuksia? Yleinen yrittäjä myönteinen ilmapiiri? Euroopan unioni ja vapaa mahdollisuus kuljettaa teoksia ilman tullausta? Taidemarkkinoiden laajentuminen, yleinen kiinnostus taiteeseen ja luovuuteen, internetin kautta tapahtuvan kaupan kasvu tai jotain muuta?

Liiketoimintaasi uhkaavia tekijöitä:

Millaiset asiat saattavat vaikeuttaa tai uhata toimintaasi? Onko ilmastonmuutos sinulle uhka vai mahdollisuus? Entä mahdollinen elitason lasku, yleinen lama tai energian kallistuminen? Entä turismin väheneminen, väestön siirtymisen etelä-suomeen tai ikääntyminen? Ovatko nämä ja muut vastaavat seikat uhkia vai mahdollisuuksia?

10. Tiivistelmä - yhteenveto

(*Tiivistelmä kirjoitetaan viimeisenä ja se sijoitetaan valmiin liiketoimintasuunnitelman alkuun, helpottamaan yleiskuvan muodostamista. Sen tarkoitus on antaa toiminnasta kokonaiskuva muutamalla silmäyksellä.*)

Perustiedot:

Henkilötiedot, taiteilijanimi ja mahdollinen toiminimi tai yrityksen nimi, omistaja, toimiala, kotipaikka, osoite, henkilöstö ja liikevaihto.

Toimintasi historia ja nykytilanne:

Lyhyt yhteenveto taustoista. Koska olet aloittanut, millainen historia on taiteilijatoiminnallasi ja millaiselta näyttää on nykytilanteesi?

Toimitilat:

Työskentelymahdollisuudet. Millainen on työhuoneesi, ateljeesi? Minkälaisessa ympäristössä toimit?

Mitä teet:

Mille tuotteelle tai palvelulle liiketoimintasi perustuu? Kuvaile lyhyesti taiteesi, tuotteesi tai palvelusi. Millaisia tuotteita valmistat tai millaista palvelua myyt? Onko niillä jokin selkeä käyttötarkoitus ja millaisia mahdollisuuksia on niitä markkinoida? Ja millä tavoin ne erottuvat vastaavista kilpailevista tuotteista tai palveluista. Mitä hyötyä tuotteestasi on asiakkaalle?

Kenelle teet:

Ketkä ovat asiakkaitasi eli kenelle tuotteesi on tarkoitettu? Millaisia asiakasryhmiä sinulla on? Mikä on kohdeyleisösi?

Miten toimit:

Mitä teet että asiakkaat löytävät tuotteesi? Miten tuotteesi saavuttaa asiakkaan? Millainen on käytännön myynti- ja markkinointistrategiasi?

Missä toimit:

Kuvaile liiketoimintaympäristösi eli millainen on se toimiala, jolla vaikutat? Lyhyt kuvaus esim. suomen taidemarkkinoista, ketkä ovat alan keskeisiä toimijoita ja miten taidekauppaa tehdään. Miten itse sijoitut liiketoimintaympäristösi?

Voimavarat:

Mitkä asiat tukevat toimintaasi ja ovat voimavarojasi? Millainen tukiverkosto sinulla on?

Tavoitteet:

Mihin tähtäät taiteilijatoiminnallasi, mitkä ovat tavoitteitasi? Tavoitteletko työtä, toimeentuloa, taiteellista mainetta, uran rakentamista, yhteiskunnallista vaikuttamista vai jotain muuta? Liikevaihto tavoitteesi ja palkkatavoitteesi?

Tulevaisuudennäkymät:

Millaiselta tulevaisuutesi näyttää? Mitä mahdollisuuksia sinulla on? Mitkä ovat mahdollisia riskitekijöitä tai uhkia, joilla voi olla vaikutusta toimintaasi?