

# Miten perustaa indie pelistudio?

Topi Ruuska  
Digital International Business



# PROLOGI

Tämän oppaan on tehnyt digitaalisen kansainvälisen liiketoiminnan opiskelija  
Topi Ruuska Xamk Game Studios -hanketta varten.

Taitto ja kuvitukset: Aino Keijonen

# SISÄLLYSLUETTELO

<b>1. Esittely</b> .....	4
<b>2. Etenemissuunnitelma</b> .....	5
<b>3. Mistä aloittaa?</b> .....	6
3.1 Resurssit .....	7
3.2 Perustaidot ja jatkuva oppiminen .....	7
3.3 Suunnitelma .....	8
3.4 Budjetti (ja kulut) .....	9
<b>4. Tiimin rakentaminen, roolit ja vastuut</b> .....	10
4.1 Tiimin rakentaminen .....	10
4.2 Roolit (ja vastuut) .....	11
4.3 Sopimukset ja paperityöt .....	11
<b>5. Markkina-analyysi ja markkinointi</b> .....	12
5.1 Markkina-analyysi .....	12
5.2 Markkinointi .....	12
5.3 Markkinoinnin perusteet .....	13

<b>6. Ulkoistaminen</b> .....	14
6.1 Musiikki ja äänet .....	14
6.2 Markkinoinnin ulkoistaminen .....	14
6.3 Mitä ei kannata ulkoistaa? .....	15
6.4 Vinkkejä onnistuneeseen ulkoistamiseen .....	15
<b>7. Rahoitus</b> .....	16
<b>8. Bisnesmalli</b> .....	17
<b>9. Ammattilaisten neuvot &amp; linkkejä hyödyllisille sivustoille</b> .....	18
9.1 Neuvot .....	18
9.2 Kaikkea hyödyllistä (enimmäkseen linkkejä) .....	19
<b>10. Syitä aloittaa oma pelistudio (huomioita ja mielipiteitä)</b> .....	20
10.1 “The Passion Industry” .....	21
10.2 “Crunch Culture” .....	21
10.3 “Visio” .....	21
<b>Lähteet</b> .....	22 - 23



## 1. ESITTELY

Tämän oppaan tarkoituksena on kannustaa opiskelijoita oman yrityksen perustamiseen pelialalla. Opas on tarkoitettu pääasiassa niille, jotka opiskelevat pelialaan liittyviä opintoja, kuten esimerkiksi ohjelmointia tai pelisuunnittelua. Keskitymme liiketoimintaan, yrityksen perustamiseen ja siihen, mitä alalla menestymiseen tarvitaan. Yrittäjyys on erittäin subjektiivinen aihe ja mahdollisuuksia menestykseen on monia, ei ole olemassa valmista, ennalta määriteltyä polkua. Keskitymmekin siksi tässä oppaassa pelistudion perustamisen yleiseen ideaan.

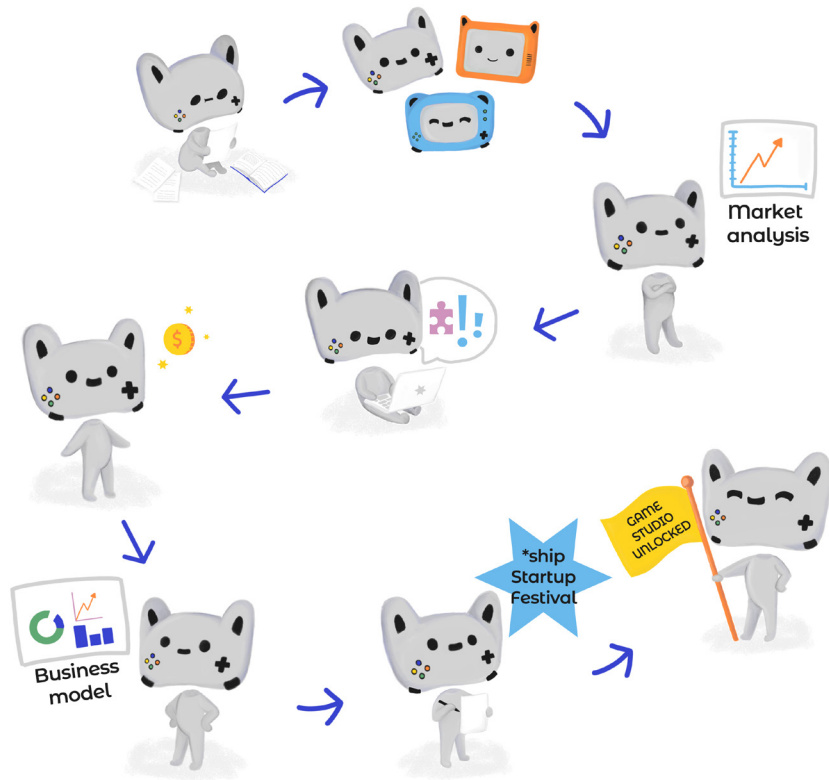
Yllä mainittua ”ennalta määriteltyä polkua” lähimpänä on etenemissuunnitelma, joka mahdollisuuksien mukaan kiteyttää kaikki tarvittavat askeleet helposti ymmärrettävään muotoon. Se esittelee sinulle kaikki ne asiat, jotka täytyy tehdä ja ymmärtää peliyritystä perustaessa. Seuraavat tämän oppaan osiot käsittelevät tarkemmin suunnitelman aiheita.

Jotta tämä opas olisi avuksi peliyrityksen perustamisessa, on sen ydin tieto. Kun aihe on erittäin subjektiivinen, paras tieto on kokemus. Siksi kaikki tässä oppaassa kerätty tieto tulee alan ammattilaisilta.

Olin erittäin onnekas saadessani haastatella monia kokeneita yrittäjiä pelialalta. Haastatteluiden pohjalta pystyin täyttämään tyhjäksi jääneet kohdat ja kysymään tarkennettuja kysymyksiä tästä toimialasta ja sen toiminnasta. Kiitos siis kaikille, jotka osallistuiivat ja jakoivat kokemuksiaan ja tietojiaan tämän oppaan rakentamista varten.

## 2. ETENEMISSUUNNITELMA

Tämä etenemissuunnitelma havainnollistaa kronologisessa järjestyksessä mahdollisia vaiheita alusta aina valmiiseen tuotteeseen (peli) asti. Se on vain esimerkki ydinvaiheista ja niiden sijainnista aikajanalla, ja sen pitäisi antaa käsitys siitä, missä järjestyksessä vaiheet voidaan tehdä. Kuten jo aikaisemmin mainittiin, liiketoiminta alalla on hyvin luovaa ja vaiheet voi suorittaa eri järjestyksessä, jos se sopii omaan tekemiseen sillä tavalla paremmin.



On kuitenkin olemassa joitakin esteitä, joiden selvittämistä varten täytyy täyttää tietyt vaatimukset. Muutama esimerkki: jos et tiedä miten yritys perustetaan, ei sitä kannata perustaa (liiketoiminnan neuvonantaja). Jos sinulla ei ole rahaa, ei voi palkata työntekijöitä (rahoitus). Jos haluat saada rahoittajan, sinulla täytyy olla jotain konkreettista esitettäväksi (liiketoimintasuunnitelma ja mahdollisesti demo tai vakuuttava konsepti).

1. Perustaitojen hankkiminen
2. Pesämuna (hankittu)
3. Alustava suunnittelu
4. Paikallinen yritysneuvoja
5. Paperityöt
6. Liiketoiminnan suunnittelu
7. Yritystoiminnan aloittaminen (suora suom. liiketoiminnan aloittaminen)
8. Tästä pisteestä eteenpäin yritystoiminnasta huolehtiminen ja pelin kehittäminen
9. Rahoitus (jos tarpeen/kun on jotain, mitä esittää)
10. Markkinointi
11. Uuden projektin suunnittelu jne. (takaisin kohtaan 2.)
12. Pelin julkaisu
13. Julkaisun jälkeinen toiminta

Järjestyksen ei tarvitse olla täysin sama ja moni vaiheista voi mennä päällekkäin. Seuraavissa luvuissa käsittelemme tarkemmin prosesseja (vaiheita), liitteinä on hyödyllisiä linkkejä videoihin ja verkkosivuille, joita saatat haluta käyttää oppiaksesi tarvittavat tiedot siitä, kuinka johtaa yritystä pelialalla.

### 3. MISTÄ ALOITTAAN?

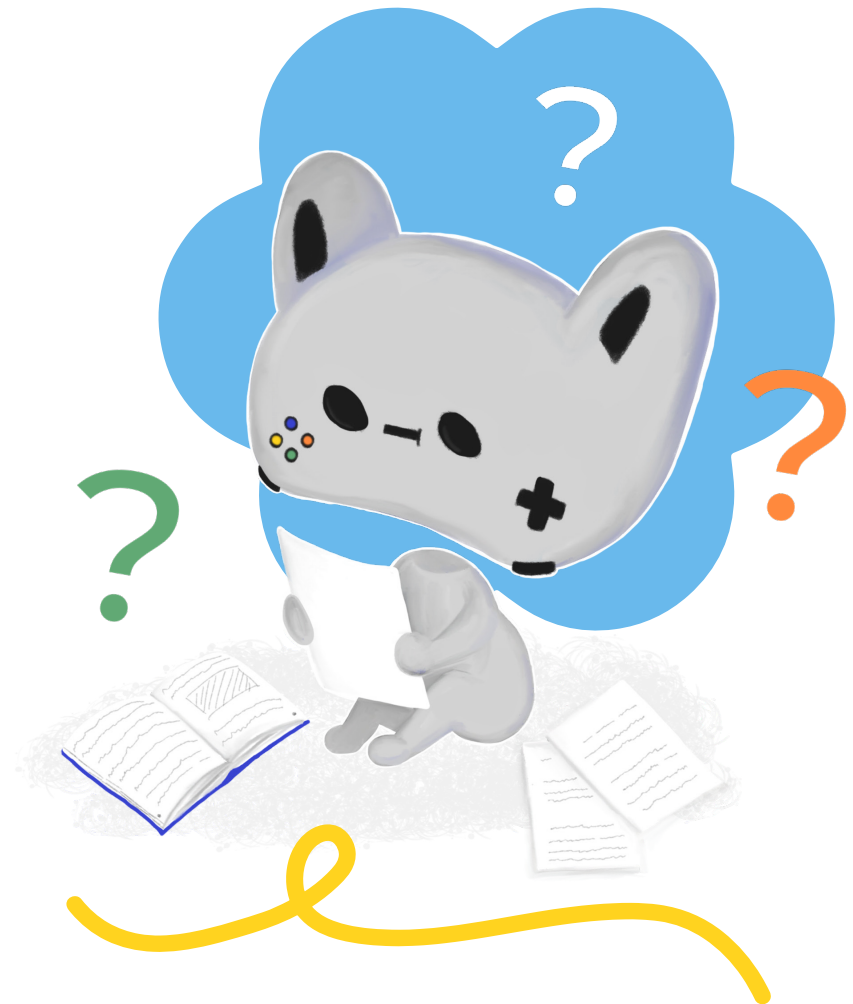
Kun olet kerännyt tarpeeksi asiantuntevaa tietämystä mielestäsi tärkeistä aiheista ja sinulla on kasassa pesämuna, on hyvä aika aloittaa liiketoiminnan suunnittelu. Olisi hyvä järjestäytyä yrityksenä jo sen kehityksen alkuvaiheessa (tai jopa ennen aloittamista). Kun ydintiimi ja alustava suunnitelma on selvitetty, olet valmis aloittamaan yrityksesi.

Paikallisen yritysneuvojan palveluista on hyvä aloittaa. Yritysneuvojat osaavat auttaa sinua kaikissa asioissa, aina laillisista asiakirjoista sopimuksiin ja niiden toimintaan asti. Tätä palvelua kannattaa ehdottomasti hyödyntää, koska se on maksutonta ja sen avulla saat hyödyllisiä tietoja yrityksen pyörittämisestä. Kotkan ja Haminan alueella paikallisena yritysneuvojana toimii Cursor. Löydät heidät osoitteesta: <https://www.cursor.fi/>

Yksi rohkaisevimmista ajatuksista, joita luin etsiessäni materiaalia tätä opasta varten, tuli Reddit-käyttäjältä @LordNed. Voit olla kaikkein kokenein ja taitavin tekemään videopelejä, mutta et siltikään tiedä kaikkea. Voit lukea oppaita, katsoa videoita ja opetella erilaisia taitoja (erittäin hyödyllistä joka tapauksessa), mutta mitään ei voi oppia ennen kuin kokeilee itse. Ei ole yhtä oikeaa tietä menestykseen. Sinun täytyy selvittää se itse. Jos minulta kysytään, paras neuvo, jonka voit saada, on vain aloittaa ja yrittää. Ei tule vastaan sellaista kohtaa, jolloin tietäisit tarpeeksi tai, että sinulla olisi tarpeeksi rahaa. Kun sinulla on perustaidot, idea ja jonkin verran rahaa pärjätäksesi kehityksen läpi, olet valmis aloittamaan.

*“No matter how much research you do in advance, how much preparation you have - you will learn something new every day. This means that no one can tell you everything you need to know to become an indie dev or how to complete a video game. You have to discover it on your own by doing. Doing.” - @LordNed (getting\_started - ”None of Us Know Everything”)*

Loppujen lopuksi tämän oppaan ideana on kannustaa aloittamaan oma liiketoiminta ja ohjata oikeaan suuntaan siinä, mistä kannattaa etsiä hyödyllistä tietoa. Ei ole vain yhtä oikeaa polkua, ammatin taidot ja omituisuudet täytyy opetella matkan varrella.



## 3.1 Resurssit

Tärkeimmät kolme resurssia peliä tehdessä: **aika**, **raha** ja **luovuus**. Vähintään kaksi näistä ovat käytössä kaikessa siinä, mitä teet ja suunnitelmien ja päätösten pohjana kannattaa käyttää kyseisiä resursseja. Mitään näistä ei tule koskaan olemaan liikaa, ja ne kuluvat loppuun hyvin helposti. Pelin kehitys ei ole ilmaista ja tulet tarvitsemaan kaikkia resursseja, jotta saat pelin julkaistua.

**Aika:** Tämä on melko itsestään selvää ja helpoin ymmärtää. Ongelmana on, että kokemattomat pelinkehittäjät eivät useinkaan osaa arvioida pelin kehittämiseen kuluvaan aikaan. Toinen yleinen kompastuskivi on se, miten hyvin ihmiset arvostavat aikaansa. ”Aika on rahaa” kuuluu vanha sanonta ja se on juuri näin. Niinä hetkinä, kun sinulla ei ole rahaa, sinun on käytettävä muita resursseja ja yleensä resurssiksi sitten valikoituu aika. Suunnitteletpa tai teetpä jotain, tarvitset aikaa. Ja kun tulee aika, jolloin kaikki menee sivuttain, on mukavaa olla vapaa-aikaa, koska tarvitset sitä.

**Raha:** Jälleen hyvin itsestään selvä resurssi. Tarvitset rahaa, jotta voit ostaa ja vuokrata asioita. Kaikki maksaa jotakin ja jos et halua käyttää omaa (tai toisen tiimiläisesi) aikaa, täytyy maksaa. Yrityksen perustamisella on aina omat aloituskustannuksensa. Sinun ja tiimiläistesi eläminen maksaa. Laitteet, luvat ja työn ulkoistaminen maksavat rahaa. Myös lopullisen tuotteen markkinointi maksaa. Tämän vuoksi budjetointi on tärkeässä osassa, jotta pystytään hallitsemaan projektiin käytettävissä olevaa rahaa. Ilman rahaa ei ole liiketoimintaa.

**Luovuus:** Tämä on resursseista ehkä abstraktein, koska sitä ei voi mitata. Se on silti erittäin tärkeässä osassa pelejä tehdessä. Luovuuden avulla voidaan ”leikata kulmat” ja säästää sekä aikaa, että rahaa. Luovuus on parhaimmillaan ongelmanratkaisua ja ajattelua laatikon ulkopuolelta. Se on sidoksissa menestykseen yhtä paljon kuin muutkin saatavilla olevat resurssit. Parasta (tai pahinta riippuen siitä, kuinka asiaa katsoo) on, ettei indie pelinkehittäjillä yleensä ole rahaa, joten heidän täytyy käyttää sitä kompensoidakseen aikaansa ja erityisesti luovuuttaan.

## 3.2 Perustaidot ja jatkuva oppiminen

Suurimmalla osalla pelialan ammattilaisista on jokin ohjelmoinnin, pelisuunnittelun tai muun tietojenkäsittelytieteen koulutus. Monet vanhemmat alan ammattilaiset ovat itseoppineita, joten aina koulutusta ei vaadita. On silti suositeltavaa, että jokaisella tiimin jäsenellä on jonkin verran ymmärrystä joko pelisuunnittelusta tai ohjelmoinnista (mieluiten molemmista). Toinen tärkeä perustaito on ymmärtää asioiden puoli liiketoiminnan kannalta. Jonkun on ymmärrettävä ja oltava kartalla liiketoimintaan liittyvistä asioista, joten näihin asioihin liittyen tiimissä on hyvä olla ainakin yksi vastuuhenkilö. Lisää tiimin vastuista ja rooleista seuraavassa osiossa.

Videopeliteollisuus kehittyi nopeasti. Tekniikka, laitteet, pelimoottorit, trendit jne. muuttuvat koko ajan. Tästä syystä on kyettävä sopeutumaan ja oppimaan uusia taitoja nopeasti. Tätä vaaditaan jokaiselta tiimin jäseneltä roolista riippumatta. Seuraa kehittyviä ja laskevia trendejä. Laajenna osaamistasi opettelemalla uusia taitoja. Opituista taidoista tulee olemaan lopulta hyötyä.



### 3.3 Suunnitelma

Kun lähdetään kehittämään peliä, ensimmäiseksi kannattaa miettiä seuraavia kysymyksiä ja vastauksia niihin. 1: Kuinka paljon pelin tekeminen tulee maksamaan? 2: Kuinka paljon rahaa pelillä tekee? 3: Milloin peli on valmis? Jos sinulla ei ole vastauksia näihin, et luultavasti tiedä mitä olet tekemässä. (Kennedy, A. 2018). Vastauksien ei tarvitse olla liian tarkkoja (noin), mutta ne ovat olennaisessa osassa, koska ne määrittelevät budjetin, aikataulun ja odotuksen tuloksesta. Jos osaat vastata kysymyksiin, silloin olet jo melko pitkällä suunnitteluprosessissa. Jos haluat saada projektillesi muutakin rahoitusta kuin siihen kerätyn pesämunan, täytyy vastaukset kysymyksiin todennäköisesti tietää.

Toinen asia, joka täytyy pitää mielessä suunnitteluvaiheessa, on se, että kilpailu alalla on kovaa, eikä sinulla ole yhtä paljon kokemusta kuin alan veteraaneilla. Jotta odotukset pysyvät hallinnassa, pidä tämä mielessä, kun suunnittelet. Ei ole suinkaan väärin kuvitella suuria, mutta ilman aikaisempaa kokemusta on olemassa suuri mahdollisuus siihen, ettet onnistu ihan ensimmäisellä yrittämällä (ja se on ihan ok).

Kun aloitat suunnitelman tekemisen, ole avoin sen suhteen. Matkan varrella tulee monia muuttujia, jotka pakottavat sinut mukautumaan ja muuttamaan suunnitelmia, joten suunnitelman ei kannata olla kovin yksityiskohtainen. Suunnitelman säännölliset tarkastukset ja päivitykset ovat hyvä tapa seurata edistymistä, lisätä tietoja ja päivittää sitä tarvittaessa, jotta suunnitelmasta saa tarvittavan hyödyn irti.

Liiketoimintasuunnitelma on tärkeässä osassa siinä vaiheessa, jos tarvitset rahoitusta peliisi. Se on paljon ”muodollisempi” kuin se suunnitelma, jonka kokoat oman tiimisi käyttöön. Siinä on pitkälti samat elementit, mutta yleisesti ottaen se on enemmän perusteltua ja antaa rahoittajalle syitä miksi juuri sinä tarvitset rahaa projektiisi. Lisää rahoituksesta kerrotaan oppaan raha ja rahoitus -osiossa.

Liitän tähän kaksi linkkiä (ensimmäinen suomeksi ja toinen englanniksi), jotka molemmat esittelevät keskeiset termit ja kertovat millaista tietoa liiketoimintasuunnitelman tulee sisältää. Suosittelemme lukemaan nämä molemmat ennen kuin alat laatimaan suunnitelmaa.

**Suomenkielinen linkki:**

<https://uusyrityskeskus.fi/yrityksen-suunnittelu/liiketoimintasuunnitelma/>

**Englanninkielinen linkki:**

<https://www.sba.gov/business-guide/plan-your-business/write-your-business-plan>

## 3.4 Budjetti (ja kulut)

Budjetti riippuu hyvin paljon siitä, minkälaista peliä (mittakaavassa) olet tekemässä ja miten. Vähintä on, että pärjät yksin. Jos oletetaan, että sinulla on kaikki tarvittavat laitteet, käytät ilmaista pelimoottoria eikä muita kuluja ole, on ainoa asia, josta sinun täytyy maksaa, oma elantosi. Tämä on minimi. Arviosi pelin tekemiseen kuluvan ajan ja rahan perusteella voit arvioida kuinka paljon rahaa tarvitset mahdolliseen ensimmäiseen palkkaan asti. Muista, että ensimmäisten tulojen saaminen itse pelistä voi viedä hetken, vaikka peli olisikin jo julkaistu.

### Mitä jos minimi ei ole vaihtoehto? (joitain esimerkkejä)

**Työvoima:** Suurimmat kulut tulevat palkoista, jotka täytyy maksaa palkatuille työntekijöille. Mitä kokeneempia ja ammattitaitoisempia he ovat, sitä enemmän heille täytyy maksaa. Näin ei välttämättä ole, jos esimerkiksi organisaatiossa on hyvin tasainen rakenne ja muut työntekijät ovat osaomistajia.

**Liiketoiminta:** Tämä sisältää kirjanpitoa ja muut.

**Ohjelmistot, laitteet ja lisenssit:** Kaikki laitteistokustannukset, jos laitteita ei vielä ole tai jos joudut korvaamaan rikkiänsä laitteet. Nämä voivat olla melko kalliita investointeja. Laitteita on mahdollista myydä, jos niitä ei itse tarvitse, tai vuokrata, jos on jotain mitä voi antaa vuokralle. Ohjelmistolisenssit voivat myös maksaa jotain (esimerkiksi kuukausitilaus), mutta ne ovat melko pieniä kuluja.

**Toimisto:** Tämä voi olla kulu, jota saatat haluta välttää aluksi varsinkin, jos ei ole paljon rahaa alkuun. Toimiston vuokraaminen voi lisätä juoksevia kuluja huomattavasti.



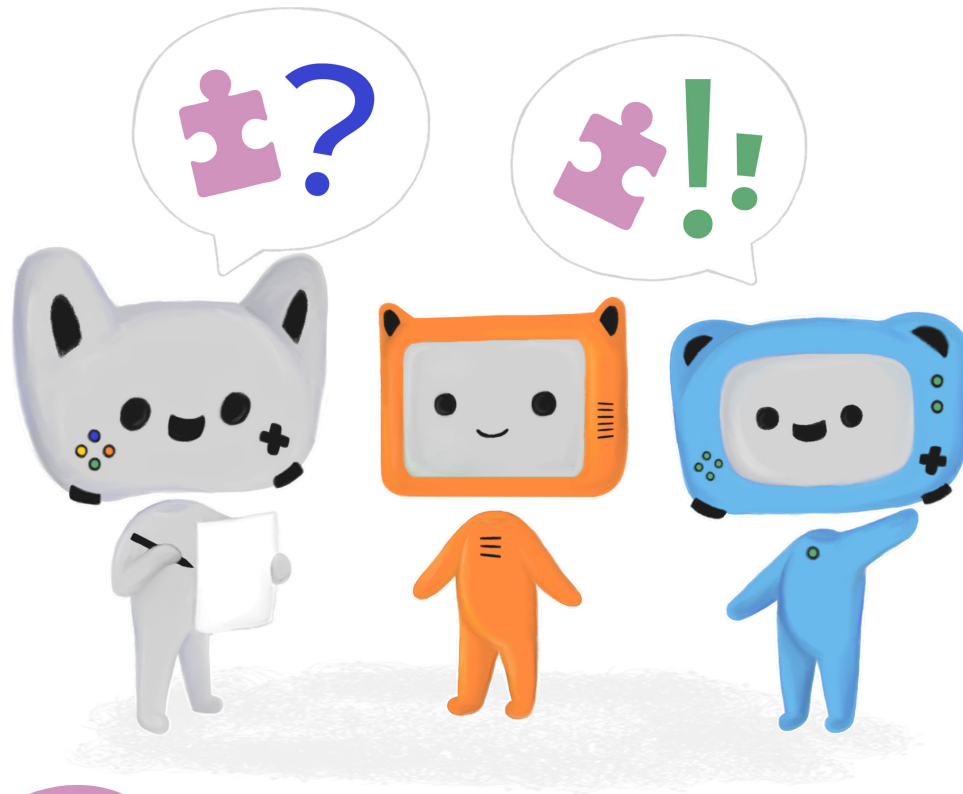
**Ulkoistaminen:** Riippuen tietysti sopimuksesta, työn ulkoistaminen maksaa jotain. Todennäköisesti se on melko kallista (valitettavasti työvoima on). Ulkoistaminen on kuitenkin hyvin kilpailukykyinen vaihtoehto, koska silloin ei tarvitse ”palkata” ketään ja työn voi kohdistaa johonkin tiettyyn tehtävään, johon sinulla tai kenelläkään tiimistäsi ei ole muuten tarvittavia taitoja.

**Peliresurssit & laajennukset/liitännäiset:** Yksi tapa nopeuttaa pelinkehityksen etenemistä on ostaa valmiita asetteja, kuten 2D- tai 3D-objekteja, hahmoja, musiikkia, ääntä, käyttöliittymäelementtejä, fontteja jne. On olemassa paljon ilmaisia vaihtoehtoja riippuen siitä, mitä pelimoottoria käytät, mutta ongelmana on, että monet muutkin käyttävät samoja ilmaisia vaihtoehtoja (duh! nehan ovat ilmaisia). Tarjolla on paljon kohtuulliseen hintaan. Ongelmana on kuitenkin, ettei niitä ole tehty mittatilauksena juuri sinua varten. Joka tapauksessa, tämä on loistava tapa oikaista ja säästää paljon aikaa.

**Mittakaava:** Loppujen lopuksi suurin kulu on se, missä mittakaavassa peli tehdään. Mitä enemmän on järjestelmiä ja monimutkaisuutta, sitä enemmän kuluu aikaa, vaivaa ja sitä enemmän se tulee myös maksamaan. Tämä on todellisuus ja syy siihen, miksi indie-pelejä ei ole rakennettu niin monimutkaisiksi kuin esimerkiksi AAA-pelejä.

On monta rahaa maksavaa asiaa (voiko muotoilla paremmin), joita ei tule heti ajatelleeksi. Kun teet arviota budjetista, pidä mielessä, että tulet luultavasti tarvitsemaan paljon enemmän rahaa, kuin mitä ensimmäiset laskelmasi osoittavat. Muista, että mitä kauemmin pelin kehittäminen kestää, sitä enemmän rahaa tarvitaan. Kun otat nämä asiat huomioon, sinun pitäisi pärjätä hyvin.

## 4. TIIMIN RAKENTAMINEN, ROOLIT JA VASTUUT



Kaikki vaikuttaa tiimin rakentamiseen ja sen jäsenten rooleihin. Minkälaista peliä olet kehittämässä, mikä on pelin mittakaava, kuinka suuri budjetti sinulla on, ketä kaikkia on saatavilla jne. Se voi kuulostaa monimutkaiselta prosessilta ja sitä se voikin olla, mutta on olemassa muutamia sääntöjä, jotka voivat auttaa.

Yksi tapa tehdä prosessia helpommaksi, on tutustua etukäteen ammattitaitoisiin ihmisiin, jotka haluavat olla osa tulevaa pelistudiota, esimerkiksi lahjakkaat luokkakaverit koulussa. Pelistudion toiminnan aloittaminen muutaman luotettavan ihmisen kanssa tekee valintaprosessista huomattavasti helpompaa, koska projektissa on jo ihmisiä mukana. Heidän työmoraalinsa, taidot ja asenteet ovat jo tiedossa ja se on valtava etu.

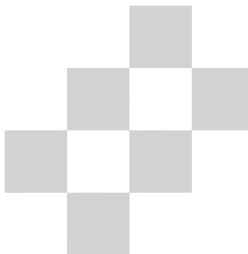
### 4.1 Tiimin rakentaminen

Kun etsit potentiaalisia jäseniä tiimiisi, olisi hyvä miettiä seuraavia näkökulmia:

- Ehdokkaan pitäisi tuoda jotakin pöytään.
- Valitse ne, joilla on osaamista viedä peliä eteenpäin.
- Valitse ne, jotka haluavat oppia uusia asioita ja ottaa vastuuta.
- Keillä on oikeanlainen kemia muiden kanssa (älä valitse niitä, jotka eivät tule toimeen muiden kanssa).
- Mieluiten aikaisempaa kokemusta.

On monia mahdollisia tapoja löytää tarpeitasi vastaava:

- Ihmiset, jotka tunnet entuudestaan, tiedät heidän kykynsä, työmoraalin ja asenteen (ystävät, luokkakaverit jne.).
- Game Jamit ja muut alan tapahtumat.
- Työnhakuilmoitukset.
- Harjoittelijat (esimerkiksi koulun kautta).





## 4.2 Roolit (ja vastuut)

**Ohjelmoija:** Koodi on pelin perusta. Kaikki haastatteleman ammatillaiset olivat samaa mieltä siinä, että olisi parasta pitää ohjelmointi talon sisällä. Tästä syystä ohjelmoijan rooli onkin luultavasti rooleista tärkein. Pelin ohjelmointi on erittäin työvoimavaltaista työtä, ja mitä monimutkaisempi peli on, sitä enemmän työvoimaa (tai aikaa) tarvitset pelin suorittamiseen. Voit ulkoistaa osan ohjelmoinnista, mutta jos et ymmärrä kaikkea koodista, voi se taas johtaa moniin ongelmiin.

**Pelisuunnittelija:** Vastaa pelin rakenteesta (järjestelmät, pelimekaniikka ja pelattavuus). Keskellä rooli, jossa on kommunikoituva muiden tiimin jäsenten kanssa. Pelielementtien, kuten hahmojen, tarinoiden, vuorovaikutusten, tasojen jne., Suunnittelu. Tämä rooli voi olla päällekkäinen, koska ”pelisuunnittelija” on enemmän kattotermi kuin vain yksi ”rooli”. Se on kuitenkin edelleen rooli, joka jokaisella pelistudiolla pitäisi olla. Jos sinulla on studio, jossa on vain yksi henkilö (sinä), olet suunnittelija. Hyvin usein pienessä indie studiossa pelisuunnitteluvastuu on joko jaettu muiden ydinjäsenten kanssa tai pääsuunnittelijoita on yksi.

**Grafiikka/taide & Animaatio:** Kaikissa peleissä on grafiikkaa ja pelistä riippuen tiimiltä vaaditaan erilaisia graafisia taitoja. Graafikot ovat vastuussa kaikesta visuaalisuudesta näytöllä.

**Liiketoiminta/Tuottaja:** On tärkeää, että on joku, joka huolehtii yrityksen liiketoiminnasta. Voit ulkoistaa osan siitä (esimerkiksi kirjanpidon), mutta on silti tärkeää, että on joku, joka seuraa yrityksen toimintaa. Tuottaja vastaa budjetista ja taloudellisesta arvioinnista. Tuottaja vastaa myös neuvotteluista esimerkiksi kustantajan kanssa

**Markkinointi (PR & Yhteisö):** Vastaa markkinointipuolesta, suhteista ja yhteisön hallinnasta. Kontakti potentiaalisen asiakkaan ja studion välillä. Lisää tästä roolista osiossa markkinointi.

**Laadunvarmistus (QA):** Pelien testaus (alfasta betaan ja kultaan, eli viimeiseen versioon enne julkaisua). Varmista, että peli toimii tarkoitetulla tavalla ja ilmoittaa virheistä ja virheistä kehittäjille.

**”Viimeinen sana”:** Henkilö, joka näkee kokonaisuuden, pitää kirjaa kaikesta ja joka saa sanoa viimeisen sanan. Tämä henkilö voi olla kuka tahansa, mutta mieluiten toimitusjohtaja, pääsuunnittelija tai joku, jolla on paljon vastuuta, joka ymmärtää ja seuraa suunnitelmaa ja on perillä siitä ja sen etenemisestä. On tärkeää, että tiimissä on joku, joka varmistaa, että kaikki pysyy aikataulussa ja projekti etenee.

Tässä on loistava esitys Don Daglowlta, hän on johtanut monia eri yrityksiä (myös videopelialalla) ja valmentanut toimitusjohtajia pitkään. Tässä esityksessä hän puhuu uusien indie pelistudioiden johtajien kriittisistä epäonnistumisista ja siitä, kuinka he voisivat välttää ne.

GDC: A Crash Course in Business and Leadership for Indie Game CEO's and GM's by Don Daglow: <https://www.youtube.com/watch?v=YHbZJeeZ1aw>

## 4.3 Sopimukset ja paperityöt

Sopimuksia ja paperityötä tarvitaan valitettavasti liiketoiminnassa. Oikeudellisten asiakirjojen tarkoituksena on varmistaa jaettu vastuu, omistajuus (esim. immateriaalioikeudet) ja muut oikeudellisesti sitovat sopimukset. Sopimusrikkomuksia ja muita riitoja voi olla vaikea todistaa ilman asianmukaista paperityötä. Varmista siis, että kaikki paperityöt on tehty asianmukaisesti. Sinulla pitäisi olla lailliset asiakirjat kaikesta. Paikallinen yritysneuvoja pystyy auttamaan tässä.

## 5. MARKKINA-ANALYYSI JA MARKKINOINTI

Markkina-analyysillä ja markkinoinnilla on paljon yhteistä tuotteen myyntilukujen kanssa. Tämä pätee myös videopelimarkkinoilla. Monilla kaikkien aikojen myydyimmillä peleillä on ollut järjettömän suuret markkinointibudjetit ja laajat TV-mainoskampanjat. Valitettavasti totuus on, että isoilla kustantajilla on paljon rahaa, taitoa ja dataa onnistuneiden markkinointikampanjoiden rakentamiseen ja markkina-analyysien tekemiseen. On lähes mahdotonta kilpailla alan jättiläisiä vastaan heidän strategioillaan. Tämä tarkoittaa, että omassa markkinoinnissa on käytettävä luovia strategioita, kohdistettava markkinointia ja löydettävä edullisia tapoja mainostaa peliä.

### 5.1 Markkina-analyysi



On erittäin tärkeää tehdä markkina-analyysi, jotta voidaan ymmärtää, millaiset pelit myyvät, mikä genre on kuolemassa ja mikä trendaa juuri nyt. Kattavat markkinatutkimustiedot voivat antaa sinulle arvokasta tietoa, jota voit käyttää suunnittelussa, markkinoinnissa ja ominaisuuksien lisäämisessä peliin. Yksi hyvä esimerkki markkina-analyysin tärkeydestä on Erik Johnsonin (Infinite Monkey Entertainment) analyysi siitä, miksi hänen pelinsä myynti ei vastannut odotuksia. Korrelaatiotekijät ovat luultavasti hieman muuttuneet siitä, kun varsinainen analyysi tehtiin vuonna 2017, mutta kokonaisuus on edelleen ajankohtainen. Ilman huolellista markkina-analyysiä on vaikea arvioida, kuinka menestyvä lopullinen tuote tulee olemaan.

GDC: Know Your Market by Erik Johnson (Infinite Monkeys Entertainment):  
<https://www.youtube.com/watch?v=uy0Dfr-mnUY>

Tämä video on myös hyvä esimerkki siitä, kuinka paljon voit oppia ainoastaan analysoimalla puutteita.

### 5.2 Markkinointi

Kun markkina-analyysi on faktatietoa, joka on kerätty (mieluiten) luotettavista lähteistä, auttaa se sinua ymmärtämään markkinoita ja sitä, mihin yrityksesi ja tuotteesi (peli) sijoittuu. Markkinointi on käytäntö, johon käytät juuri näitä tietoja. On lähes mahdotonta menestyä ilman markkinointia. Se on loppuen lopuksi tapa tutustua lanseeraamasi tuotteen potentiaalisiin ostajiin. Jos potentiaalinen asiakas ei tiedä tuotteen olemassaolosta, miten hän voisi ostaa sen? ”Se on käytäntö, jonka avulla menestys syntyy” (Villanen, A. 2021).

Olisi suositeltavaa, että tiimissä olisi markkinoinnin asiantuntija, joka hoitaa markkinoinnin, sillä siinä on paljon työtä. Jos tämä ei ole mahdollista, internetistä löytyy paljon tietoa markkinoinnista. On myös olemassa monia kursseja (verkossa), joihin voi osallistua, jos sinä tai joku muu tiimistäsi haluaa oppia siitä. On myös mahdollista ulkoistaa markkinointi, esimerkiksi hankkimalla julkaisija, joka hoitaa kaikki raskaat työt. Lisää ulkoistamismahdollisuuksista seuraavassa osiossa.

Markkinointi on suuri osa pelinkehityksen bisnespuolta, piditpä siitä tai et. Aluksi ei välttämättä tule mieleen, että pelin laatu ei yksin myy peliä. Mainonta, viestintä potentiaalisten asiakkaiden kanssa ja prosessi, jolla heidät saa ostamaan pelin, myy.

## 5.3 Markkinoinnin perusteet

Markkinoinnin perusteet ovat melko helposti ymmärrettäviä, kun ne jaetaan peruskomponentteihin. Jokaisen liiketoiminnan parissa työskentelevän on tärkeä ymmärtää, miten markkinointi toimii. On kahdeksan erilaista komponenttia tai "periaatetta", kuten niitä tutummin kutsutaan.

**1. Tuote:** Tässä tapauksessa peli, jota kehität. Tuotteen laatu tai se kuinka "hyvä" se on, on yksi osa yhtälöä, mutta myös se vaikuttaa, kuinka hyvin voit viestittää laadusta potentiaaliselle ostajalle.

**2. Hinta:** Hinta muodostuu siitä arviosta, minkä potentiaaliset asiakkaat ovat valmiita maksamaan, mitä muut vastaavanlaiset pelit maksavat ja kuinka paljon pelistä voi saada voittoa (asetettu tulotavoite/arvio).

**3. Paikka:** Tarkoittaa tässä tapauksessa kauppapaikkaa, jossa myyt tuotettasi ja kuinka se siellä näytetään. Videopelialalla erittäin tärkeässä osassa. Pitää pystyä erottumaan joukosta.

**4. Promootio:** Tämä on luultavasti se asia, jota ihmiset ajattelevat, kun he kuulevat termin markkinointi. Se on mainontaa, suhteiden ylläpitämistä (PR), myynnin edistämistä ja kaikkea muuta viestintää potentiaalisten asiakkaiden kanssa.

**5. Ihmiset:** Videopelialalla nämä ovat pelien takana olevia henkilöitä. Monet yritykset käyttävät itseään markkinoidakseen pelejä. Kun kehittäjät kommunikoivat potentiaalisten asiakkaiden kanssa, se luo luottamusta. Luottamus on loistava tapa myydä peli, jota ei ole vielä julkaistu. Tämä osa sisältää myös asiakaspalvelua eli virheiden korjaamista ja pelaajille ilmoittamista mahdollisista viivästyksistä/ongelmista jne.

**6. Pakkaus:** Ei ole luultavasti nykyään yhtä tärkeässä osassa, kuin 15 vuotta sitten. Pakkauksen voi ajatella olevan enemmänkin kaupassa olevan kuvan/sivun visuaalinen ilme. Digitaaliset kaupat ovat tulevaisuus (ja nykyisyys) videopeliliiketoiminnassa, joten fyysiset pakkaukset ovat menettämässä merkityksensä. Indie-pelimarkkinoilla pakkauksia ei juuri ole, koska on halvempaa ja tehokkaampaa myydä pelejä ainoastaan digitaalisessa muodossa.

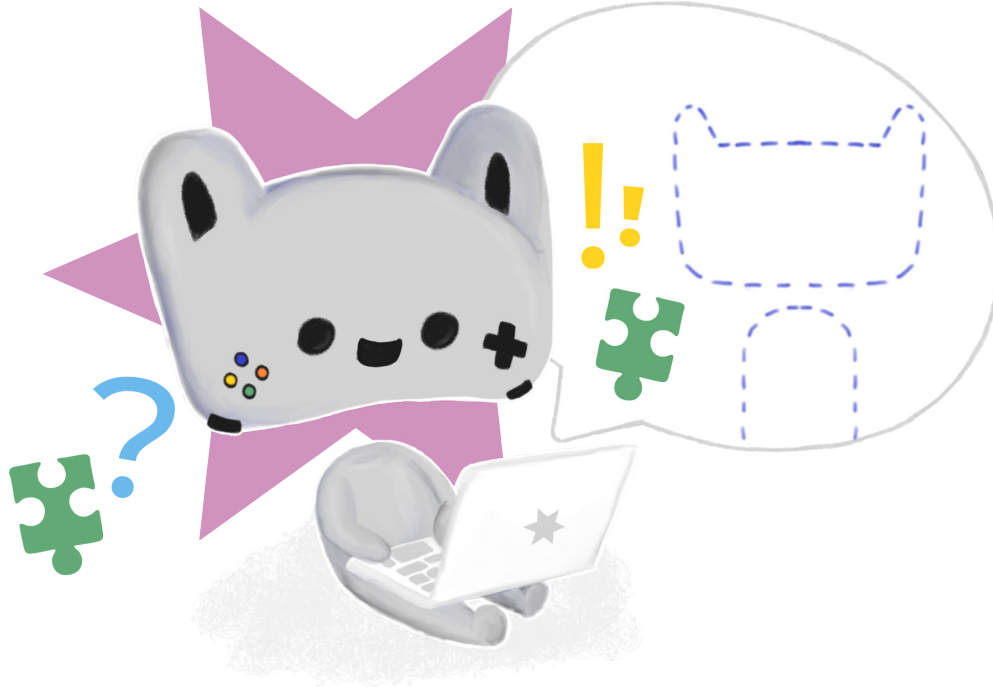
**7. Fyysiset todisteet:** Kaikki viestintä, jota asiakas tekee yrityksen kanssa. Tähän sisältyy positiiviset palautteet (esim. Steam-arvostelut) ja vastaavat vuorovaikutukset asiakkaan ja yrityksen välillä.

**8. Prosessi:** Mielestäni tämä on yksi tärkeimmistä periaatteista. Se on tuotteiden kehitystä alusta loppuun ja lanseerauksen jälkeen. Tämä ei ole välttämätöntä nykyisen pelisi myymiseksi, mutta se on tärkeä osa tulevia projekteja. Jos asiakkaat olivat tyytyväisiä edelliseen peliisi, he ostavan myös paljon todennäköisemmin seuraavan.

Näiden periaatteiden avulla sinun pitäisi pystyä rakentamaan markkinointisuunnitelma pelillesi. Se ei tule olemaan helppoa ja on olemassa vaihtoehtoja, jos et halua tehdä suunnitelmaa itse (esimerkiksi ulkoistaminen tai markkinointihenkilön palkkaaminen).

## 6. ULKOISTAMINEN

Ulkoistamisesta on tullut yksi tärkeimmistä asioista pienyrityksille. Sen avulla voi hyödyntää sellaista työvoimaa, resursseja ja taitoja, joita yrityksellä ei ole. Kaikki haastattelemani ammattilaiset olivat sitä mieltä, että ulkoistaminen on lähes aina välttämätöntä. Muussa tapauksessa on joko palkattava oikeat taidot omaava henkilö tekemään työ tai opeteltava tekemään se itse. Ensimmäinen vaihtoehto maksaa rahaa ja sopivan henkilön etsiminen voi viedä myös aikaa. Toinen vaihtoehto taas vie paljon omaa aikaa, jota ei välttämättä ole.



Työ, jonka haluat ulkoistaa, riippuu suuresti tiimissäsi jo olevasta osaamisesta. Voit ulkoistaa kaiken, mikä ei kuulu tiimin ydinosaamiseen (Brandt, H. 2021).

### 6.1 Musiikki ja äänet

Yleisin vastaus ammattilaisilta oli musiikki ja äänet. Äänen ja musiikin ulkoistaminen peliteollisuudessa on hyvin yleistä, koska monet yritykset ja yksityishenkilöt keskittyvät videopelien ääniin ja he ovat luultavasti paljon taitavampia tässä pelin kehityksen osa-alueessa. Voi olla erittäin kallista (resurssien kannalta) yrittää tehdä itse, jos ei ole laitteita, taitoa tai tietotaitoa.

### 6.2 Markkinoinnin ulkoistaminen

Toinen hyvin yleinen vastaus ammattilaisilta oli markkinointi. Menestyvää indiepeliä ei olisi ilman markkinointia ja tämä onkin toinen taidoista, joka usein puuttuu listalta, kun perustetaan pelistudio. Markkinointi on melko resurssiraskasta työtä, joten monet studiot päättävät yksinkertaisesti ulkoistaa sen. Yksi hyvä tapa on löytää kustantaja, joka tekee markkinoinnin raskaan työn ja mahdollisesti yhteisön hallitsemisenkin (Brandt, H. 2021). Monet kustantajat ovat keskittyneet markkinointiin ja he ovat aloittelevia indie-kehittäjiä kokeneempia julkaisemaan ja mainostamaan kaupallisia pelejä valitulla alustalla. Sopimukset voivat erota toisistaan paljon ja pienellä budjetilla aloittavien indie studioiden täytyy usein tyytyä sellaisiin sopimuksiin, jotka eivät välttämättä ole ”niin hyviä”. Ilman rahaa tai taitoa markkinointi ja lanseeraus voi olla vaikea hoitaa. Tätä kannattaa siis ehdottomasti harkita.

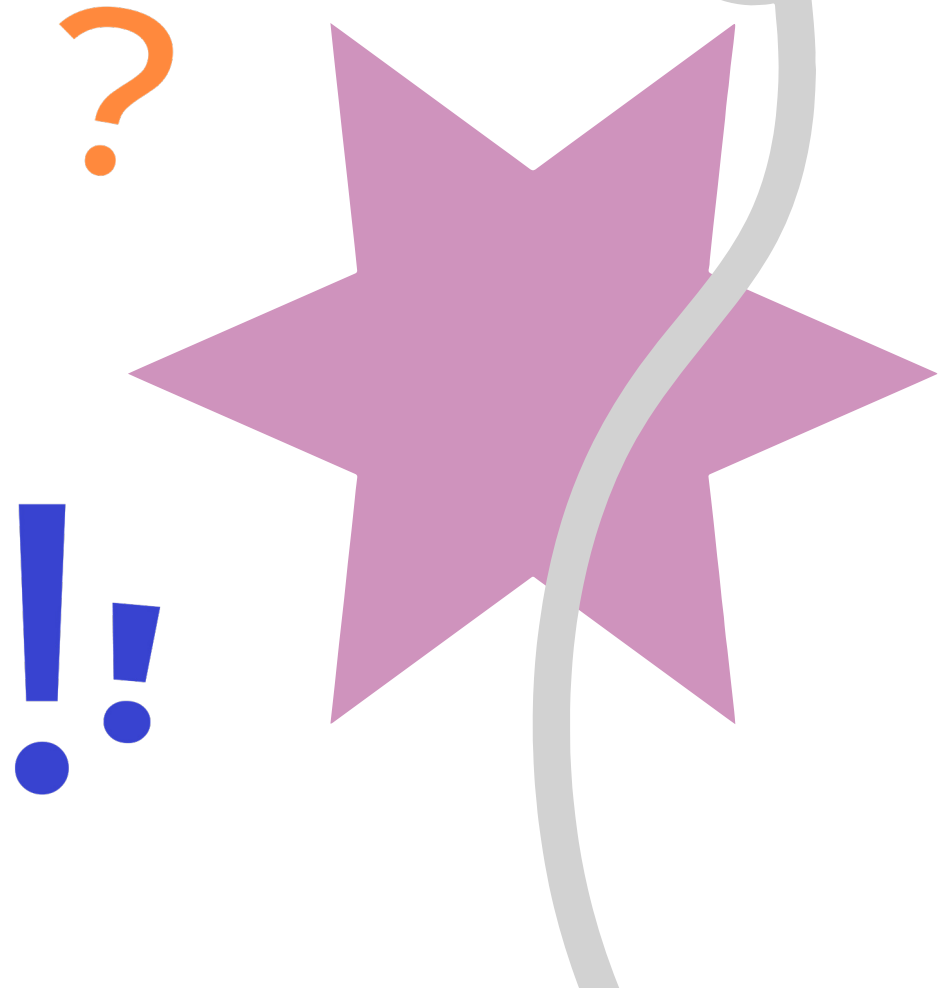
## 6.3 Mitä ei kannata ulkoistaa?

Vaikka kaiken voisikin ulkoistaa, ei se tarkoita, että pitäisi. Aiemmin mainittu ydinosaaminen on hyvä säilyttää talon sisällä, mutta on myös muutamia asioita, joita ei välttämättä haluta ulkoistaa niihin liittyvien riskien takia. Ensimmäinen asia, jonka poimin, oli asioiden bisnespuoli. Jos ei ole osaamista hoitaa liiketoimintaa, on se opeteltava. On lähes mahdotonta menestyä yrityksenä, jos ei tiedä ”miten tehdään bisnestä” (Villanen, A. 2021). Toinen suuressa roolissa oleva asia on koodi. Koodia ei kannata ulkoistaa, koska sen ulkoistaminen tuo todennäköisesti mukanaan ongelmia. Koodi on pelin perusta ja jos ei tiedä mikä koodi on, seuraa ongelmia, jotka aiheuttavat viiveitä.

## 6.4 Vinkkejä onnistuneeseen ulkoistamiseen

Vaikka osaamisen tai ajan puutteen vuoksi saattaa olla hyvä idea ulkoistaa osa töistä, kannattaa silti seurata, että työt tulevat tehdyksi. Joudut helposti ongelmiin, jos luotat sokeasti toiseen osapuoleen. Järjestä tarpeeksi usein tapaamisia seurataksesi, missä mennään.

Toinen mainittavan arvoinen asia on, että on viisasta neuvotella hyvät, omia puolia pitävät ehdot etukäteen. Esimerkiksi maksu vasta tehdyn työn jälkeen. On olemassa vaara, että alihankkija ei tee työtänsä hyvin tai pahimmassa tapauksessa katoaa tekemättä työtä lainkaan. Tämän vuoksi sopimukset ja ”paperityöt” ovat tärkeitä. (Loikkanen, S. 2021.)



## 7. RAHOITUS

Yritykset tarvitsevat rahaa voidakseen kehittää tuotteita ja palveluita. Harvoin nuoren aloittavan yrityksen pesämuna yksin kattaa isompien ja pidempien projektien kustannukset. Sitten heidän on käännäyttävä rahoituksen puoleen.

**Perhe ja ystävät:** Yleensä pienet aloittavat yritykset saavat ensimmäisen taloudellisen tuen perheeltä ja ystäviltä. On pienempi kynnyks aloittaa, koska ei tarvitse välttämättä hyvin suunniteltuja pitchejä tai vakuuksia. He saattavat jopa kiinnostua ja tuoda pöytään jotain muutakin kuin pelkän rahallisen investoinnin.

**Pankkilaina:** Yrityslainan saamiseksi pankista, tulee täyttää yrityslainahakemus. Tässä vaiheessa tarvitaan jo olemassa oleva yritys. Lisäksi (koska se on pankkilaina) tarvitset jonkinlaisen vakuuden. Useimmiten se tarkoittaa henkilöä, joka voi "taata" lainasi, jos et pysty maksamaan sitä itse.

**Sijoittajat (pääoma):** Sijoittajat ovat kuin perhe ja ystävät, mutta todennäköisesti heidän kannustimensa sijoittaa yritykseesi on itsekäs. Vastineeksi heidän sijoituksestaan sinun on todennäköisesti annettava osa yrityksestäsi (ja osa määräysvallasta) heille. Jotta saat sijoittajan sijoittamaan yritykseesi, sinun on aktiivisesti etsittävä ja pitchattava peli-ideasi ihmisille. Tässä vaiheessa tarvitset todellisen liiketoimintasuunnitelman ja jotain "konkreettista" näyttääksesi esim. portfolion tai konseptikuvituksia.

**Enkelisijoittajat:** ovat rahanlähde, joita on hyvä alkaa etsimään, jos sinulla ei ole perhettä tai ystäviä, jotka olisivat valmiita sijoittamaan yritykseesi. On pieni mahdollisuus, että he yksinkertaisesti haluavat auttaa sinua aloittamaan yritystoimintasi (esim. ääneton kumppanuus). Vaikka tässä tapauksessa joutuisit luopumaan osasta yrityksestäsi, se voi antaa kokemusta ja arvokasta tietoa liiketoiminnasta.



**Kustantaja:** Kustantajat ovat sijoittajia kuten muutkin. He haluavat jotain vastineeksi sijoituksilleen. Kustantajan kanssa sinulla on mahdollisuuksia ulkoistaa pelin markkinointi ja julkaisu. Tämä on asia, jota kustantajalta halutaan. Kaupasta riippuen, vastineeksi he saattavat haluta osan yrityksestäsi, ostaa sen kokonaan tai saada osan tuloista.

**Yritystoiminnan kannustin/yritystuki:** Voit hakea yritystukea. On olemassa monia järjestöjä, jotka myöntävät näitä "apurahoja", paikallisia ja kotimaisia. Business Finlandin apuraha on yksi kotimainen tuki, jota voit hakea. Paikallisissa apurahoissa myönnettävä rahasumma on yleensä pieni (jos sellainen saa), mutta silti merkittävä, onhan se "ilmaista rahaa".

**Alihankinta:** Hyvä keino saadaksesi pelisi rahoitettua on tehdä alihankintatyötä. Matkan varrella on mahdollisuus oppia lisää pelin kehittämisestä. Tämä vie kuitenkin paljon aikaa. Se on silti edelleen loistava vaihtoehto, koska se ei vie pois osaa tuloistasi, yrityksestäsi eikä sen kontrollista.

**Kilpailut:** Todennäköisesti melko pieniä rahasummia, mutta kilpailut ovat loistava tapa mainostaa peliä. Tässä vaiheessa sinulla on todennäköisesti oltava jotain todellista näytettävää (pelattavuus, traileri jne.)

## 8. BISNESMALLI

Se, millaista liiketoimintamallia haluat käyttää, on arvoitus, joka täytyy ratkaista. Vaihtoehtoja on monia, voit (ja sinun pitäisi) olla innovatiivinen ja luova. Tässä videossa Charles-Antoine Richard Ubisoftista purkaa osiin pelien liiketoimintamallien avainkomponentit ja kertoo kuinka tietoa voi käyttää apuna sen toteuttamisessa peliisi.

MM20 – Ubisoft - The Right Business Model for Your Game (Charles-Antoine Richard)  
<https://www.youtube.com/watch?v=xPkWjw67FPA>

Yksinkertaisesti sanottuna, tiedät toimineesi oikein, jos ansaitset rahaa ja väärin, jos menetät rahaa. Sinun tarvitsee vain miettiä, mieluiten myös laskea arvioiden avulla, millä tavoin tuotteelle voidaan luoda lisäarvoa, josta asiakkaat ovat sitten valmiita maksamaan. Lopputuloksena ansaitset rahaa.

Toinen isossa osassa oleva asia on se, miten asiakkaan kanssa kommunikoidaan ja miten liiketoimintamalli perustellaan asiakkaalle. Yksi hyvä esimerkki, joka tulee myös videolla esille, on kuinka Grinding Games (GGG) perusteli Path of Exilen liiketoimintamallin asiakkaille. Peli itsessään käyttää perinteistä free-to-play -mallia, jossa monetisaatio tapahtuu mikrotransaktioiden (MTX) avulla. Voidakseen tehdä kausiluonteista sisältöä ja saadakseen tarpeeksi rahaa, heidän on myytävä pelaajille esimerkiksi ”skinejä” ja muita parannuksia. Jos he saavat rahaa tarpeeksi edellisestä kaudesta, heillä on varaa tukea peliä myös seuraavalla. Vaikka mikrotransaktiot ovatkin melko kiistanalaisia, GGG on tehnyt hienoa työtä kommunikoidessaan pelaajien kanssa.



## 9. AMMATTILAISTEN NEUVOT & LINKKEJÄ HYÖDYLLISILLE SIVUILLE

Tähän osioon halusin kerätä neuvoja ammattilaisilta pelinkehittäjiltä ja yrittäjiltä. Neuvot eivät välttämättä liity suoraan muihin osioihin, mutta ne ovat joka tapauksessa hyödyllisiä vinkkejä ammattilaisilta, ovathan he kokeneita pelien kehittämisessä ja liiketoiminnassa. Olen kerännyt tähän myös ”linkit” -osion, joka sisältää linkkejä hyödyllisille sivustoille ja videoihin, nämä kannattaa katsoa läpi.

### 9.1 Neuvot

#### Marko Haaja (Kuura):

- ”Kannattaa hakea kaikkia apurahoja ja vastaavia, kun niitä on saatavilla.”
- ”Älä luota pelkästään rahoihin, joita saat kehittämästäsi pelistä, sillä voi kestää kauan saada siitä mitään. Alihankinta on loistava tapa ansaita siinä sivussa, se voi olla jopa tärkein tulonlähde ja samalla saatat saada arvokkaita oppeja.”

#### Henri Brandt (Dark Amber):

- ”Varmista, että paperityöt on tehty oikein.”
- ”Kysy itseltäsi (kaksi kertaa), oletko varma mitä olet tekemässä pelin ja yrityksen kanssa.”
- ”Onko IP todella niin vahva kuin arvelet?”
- ”Tiimissäsi täytyy olla joku, joka näkee kokonaisuuden ja pitää kirjaa kaikesta koko ajan.”

#### Antti Villanen (Nitro Games):

- ”Pidä aina periksiantamaton asenne.”
- ”Älä luovuta ensimmäisen (tai sadannen) epäonnistumisen jälkeen.”
- ”Jatka uusien taitojen opettelemista.”
- ”Mitä nopeammin yritys on organisoitu, sitä parempi.”
- ”Selvitä jokaisen vastuut. Niistä olisi myös hyvä olla jonkin näköinen dokumentaatio.”

#### Jyri Kilpeläinen (Kiemura):

- ”Varmista, että taloudellinen puoli (alkupääoma ja rahoitus) on kunnossa. Et halua joutua konkurssiin puolen vuoden kehitystyön jälkeen.”
- ”On hyvä olla jonkinlainen varasuunnitelma.”
- ”Ole suunnitelman kanssa realistinen, mutta silti kunnianhimoinen.”
- ”Aikaisempi kokemus pelin julkaisemisesta/lanseeraamisesta on arvokasta. Jotta ymmärtää, millaista työtä pelin julkaiseminen vaatii.”
- ”Verkostoituminen on erittäin tärkeää ennen yrityksen perustamista.”

#### Kim Soares (Kukouri):

- ”Kaikki tulee viemään enemmän aikaa kuin alunperin odotit, joten varmista, että sinulla on vähintään kaksinkertainen määrä aikaa ja rahaa siihen verrattuna, jonka arvelet menevän.”
- ”Markkinoilla on yksinkertaisesti liian paljon pelejä, joten sinun pelisi täytyy erottua joukosta. Yksi tapa on markkinointi.”
- ”Voit tehdä harrastusprojektin ja mieluiten sinulla on jo, mutta silloin se ei ole liiketoimintaa.”

#### Salli Loikkanen (Lizard Hazard):

- ”Aikataulutaminen on haasteellista, varsinkin ensimmäisen pelin aikana, joten varaa enemmän aikaa kuin mitä luulet tarvitsevasi.”
- ”Pyydä apua silloin kun et tiedä mitä tehdä. Esimerkiksi yritystukipalvelut voivat auttaa yritystoimintaan liittyvissä asioissa.”

## 9.2 Kaikkea hyödyllistä (enimmäkseen linkkejä)

Tästä linkistä löydät ja voit ladata yrityksen perustamisoppaan (yrittajat.fi). Valitettavasti opas on vain suomeksi. Sivuston englanninkielisessä versiosta löytyy kuitenkin joitakin yrittäjyyttä käsitteleviä artikkeleita, jotka saattavat olla kiinnostavia ja hyödyllisiä.

Yrityksen perustamisopas, Yrittajat.fi: [https://www.yrittajat.fi/uutiset/perustamisopas-auttaa-alkuun-ja-listaa-mokat-joita-valttaa-tieda-nama-kuusi-velvollisuutta/?gclid=Cj0KCQjwvr6EBhDOARIsAPpqUPH4UJoE\\_sSfMdEuq8C7g0csny-Pel8FsMtHLpxYl0L4xEBVke9xfMoaArtCEALw\\_wcB](https://www.yrittajat.fi/uutiset/perustamisopas-auttaa-alkuun-ja-listaa-mokat-joita-valttaa-tieda-nama-kuusi-velvollisuutta/?gclid=Cj0KCQjwvr6EBhDOARIsAPpqUPH4UJoE_sSfMdEuq8C7g0csny-Pel8FsMtHLpxYl0L4xEBVke9xfMoaArtCEALw_wcB)

Linkki englanninkieliseen versioon, Yrittajat.fi: <https://www.yrittajat.fi/en>

Tässä on samanlainen, mutta hieman pidempi ja tarkempi Uusyrityskeskuksen opas yrityksen perustamisesta. Valitettavasti myös vain suomeksi.

Selko-opas yrittäjyyteen, Uusyrityskeskus: [https://uusyrityskeskus.fi/wp-content/uploads/2020/12/SUK\\_OPAS2019\\_selkokieli\\_VERKKOON.pdf](https://uusyrityskeskus.fi/wp-content/uploads/2020/12/SUK_OPAS2019_selkokieli_VERKKOON.pdf)

Jos sinulla on kysyttävää yrityslomakkeista, tämän linkin takana on hyvin tietoa mahdollisista vaihtoehdoista Suomessa ja siitä, mihin ne on tarkoitettu. Sivusto on valitettavasti vain suomeksi.

Yritä.fi, Yritysmuodot: <https://xn--yrit-ooa.fi/yritysmuodot>

Tämä linkki vie videoon, jonka aihetta pidin varsin mielenkiintoisena. Kahden eri indie-pelistudion johtajat/toimitusjohtajat vertailevat menestystä ja erilaisia liiketoimintastrategioita. Mielestäni tästä videosta saa paljon arvokasta tietoa pelistudion perustamisesta.

GDC: \$0 to \$1 Million: The Raw Numbers Behind Indie Success (Tanya X. Short [Kitfox Games] & Richard Atlas [Clever Endeavour]): [www.youtube.com/watch?v=0A4ILaNWaL4](https://www.youtube.com/watch?v=0A4ILaNWaL4)

Tältä videolta saa hyviä neuvoja Alexis Kennedyltä siitä, kuinka kasvattaa omaa indie-studiota. Hän on erittäin kokenut kehittäjä ja ymmärtää, mitkä ovat menestyksen peruspilarit ja mitä on tehtävä menestyäkseen. Yksi videon teemoista on, kuinka voi oppia ei vain omista, vaan myös muiden virheistä.

Game Developers Conference (GDC) sisältää erittäin hyviä videoita eri aiheista. Kaikki näiden videoiden puhujat ovat ammattilaisia ja tarjoavat hyvän käsityksen pelin kehitysprosessista ja innovaatioista.

GDC Channel: [www.youtube.com/channel/UC0JB7TSe49lg56u6qH8y\\_MQ](https://www.youtube.com/channel/UC0JB7TSe49lg56u6qH8y_MQ)



## 10. SYITÄ ALOITTA A OMA PELISTUDIO (HUOMIOITA JA MIELIPITEITÄ)

Yksi niistä syistä, miksi halusin kirjoittaa tämän oppaan, oli rohkaista opiskelijoita ryhtymään yrittäjiksi. Yrittäjäyys on niin aliarvostettu tapa työllistyä. Monelle pelinkehittäjäksi ryhtyvälle pelien tekeminen on intohimo. Yleinen tapa ryhtyä pelinkehittäjäksi on aloittaa pelaaminen nuorempana ja sitten alkaa ideoimaan, kuinka voisi tehdä peleistä entistä parempia tai erilaisia. Näillä ”korkean intohimon teollisuudenaloilla”, kuten videopeliteollisuudessa, on usein joitain lieveilmiöitä, jotka eivät ehkä ole miellyttäviä. Mainitsen joitain näistä alla. Pointtina on, että jos sinulla on oma yritys, sinulla on valtaa välttää nämä lieveilmiöt, jos niin haluat.





## 10.1 “The Passion Industry”

Suuri osa pelialalla työskentelevistä henkilöistä on valitettavasti alipalkattuja, ei ole vakituista työpaikkaa ja on tehtävä toimistotunteja pidempiä päiviä. Ainakin silloin, kun tämä opas alun perin kirjoitettiin (2021). Syy tähän on se, että niin monet haluavat tehdä pelejä ja heidän joukostaan löytyy erittäin intohimoisia pelinkehittäjiä. Jotkut yrityksen käyttävät tätä hyödykseen, jotta he voivat “pakottaa” työntekijänsä tekemään pidempiä päiviä tarvittaessa.

Yksi syy näihin on kilpailu. Peliala on erittäin kilpailuhenkinen ala, mikä näkyy myös työn haussa. ”Hyvän” työn saaminen on erittäin kilpailuhenkistä ja mitä korkeamman tason paikkaa hakee sitä kilpailuhenkisemmäksi se muuttuu. Yritykset kilpailevat keskenään myyntiluvuista ja työvoimasta (erityisesti kokeneista, ammattitaitoisista). Se on luonnollista näille ”korkean intohimon aloille”, eikä se ole kaikki negatiivista, mutta tavalliselle työntekijälle se voi olla erittäin stressaava ympäristö.



## 10.2 “Crunch Culture”

Niin, mikä on “crunch”? 1: Peliteollisuudessa tuotteen valmistamiseen tarvittava aika on arvioitu erittäin usein huonosti. 2: Peliteollisuudessa arvio ajasta, joka tarvitaan tuotteen valmistamiseen, on erittäin usein huono. Aikaa ei yksinkertaisesti ikinä ole tarpeeksi. ”Crunch” on pitkä ajanjakso ylitöitä tai pitkä ajanjakso ilman vapaapäiviä. Se on tapa saada tuote valmiiksi ajoissa, jotta se saadaan julkaistua aikataulun mukaan.

Tämä video ja sitä seuraava artikkeli, kertovat mitä ”crunch” on ja kuinka se on iso aihe 2020-luvun alun peliteollisuudessa. Video on melko kevytmielinen ja siinä on paljon vitsejä, mutta siinä oleva viesti on tärkeä. Artikkelissa kerrotaan ”crunchin” pääpointit, miksi sitä käytetään ja miten se voi vaikuttaa työntekijöihin.

Noodle: The Crunch Culture Conundrum: <https://www.youtube.com/watch?v=aS3-iSEwNhs>

Peter Willington (Auroch Digital): Video game crunch: What is it and is it a problem?: <https://www.aurochdigital.com/blog/2020/7/20/what-is-crunch-in-the-video-games-industry>

## 10.3 “Visio”

Suurin osa pelinkehittäjistä ajautuu alalle siksi, koska he pelaavat pelejä. He pelaavat ja ajattelevat, että voisivat tehdä pelin myös itse ja jopa paremmin. Tarvitaan tietyn tyyppinen henkilö, joka on tarpeeksi motivoitunut oppimaan tarvittavat taidot valmiin pelin tekemistä varten. Yksi suurin motivaattori on vahva visio. Olen itse sitä mieltä, että se on tärkein yksittäinen tekijä, joka tekee jonkun menestyvän. Ei olisi sellaisia mestariteoksia kuten Half-Life (Gabe Newell & Marc Laidlaw) tai Minecraft (Markus ”Notch” Persson), jos kehittäjillä ei olisi ollut vahvaa visiota siitä, millaisia he haluavat peliensä olevan. Jatka unelmointia ja ajattele suuria. Loppujen lopuksi unelmat menestyksestä ovat niitä, jotka pitävät meidät motivoituneina ja ajavat meidät voittamaan esteet.

## LÄHTEET

Tässä on lueteltu kaikki lähteet, joita käytettiin tämän oppaan materiaalia tutkittaessa. Jotkut on merkitty selvästi tekstiin, koska niiden välillä on selkeä yhteys. Jotkut eivät ole, koska on otettu vain palasia, jotka sitten muodostivat minulle kokonaiskuvan. Haluan silti luetella kaikki lähteet tänne, koska ne auttoivat muodostamaan isomman kuvan.

Lisää materiaalia oman peliyrityksen perustamisesta löydät seuraamalla Xamk Game Studiosia.



Ask Gamedev. 2019. The 6 Roles That You Need to Build a Great Indie Dev Team. Saatavissa: <https://www.youtube.com/watch?v=-EJP-l30iWY>

GDC. 2017. How to Make and Self-Publish a Game in 12 Months. Saatavissa: <https://www.youtube.com/watch?v=4tbPbMRcMFQ>

GDC. 2017. A Crash Course in Business and Leadership for Indie Game CEO's and GM's. Saatavissa: <https://www.youtube.com/watch?v=YHbZJeeZ1aw>

GDC. 2018. Intensely Practical Tips for Growing an Indie Game Studio. Saatavissa: <https://www.youtube.com/watch?v=MDYh2mnDCIM>

GDC. 2018. Know Your Market: Making Indie Games That Sell. Saatavissa: <https://www.youtube.com/watch?v=uyODfr-mnUY>

GDC. 2019. 2014 vs. 2018: The Shape of Financial Success Before and After the Indieocalypse. Saatavissa: <https://www.youtube.com/watch?v=slqz5xmQKnc>

GDC. 2020. \$0 to \$1 Million: The Raw Numbers Behind Indie Success. Saatavissa: <https://www.youtube.com/watch?v=0A4iLaNWaL4>

Hyvärinen, E. M. 2016. Ideoiden sparrauspalvelun mallintaminen ja kehittäminen y-kampuksille. Tampereen ammattikorkeakoulu. Opinnäytetyö. Saatavissa: [https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/116084/Hyvarinen\\_Eva-Maria.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/116084/Hyvarinen_Eva-Maria.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

MegaMigs - Pro. 2020. MM20 - Ubisoft - The Right Business Model for Your Game. Saatavissa: <https://www.youtube.com/watch?v=xPkWjw67FPA>

Noodle. 2020. The Crunch Culture Conundrum. Saatavissa: <https://www.youtube.com/watch?v=aS3-iSEwNhs>

Nylund, T. 2015. Founding a game company, Marketing an early on gaming company to investors. Metropolia ammattikorkeakoulu. Opinnäytetyö. PDF-dokumentti. Saatavissa: [https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/101442/Toni\\_Nylund\\_Thesis.pdf?sequence=1](https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/101442/Toni_Nylund_Thesis.pdf?sequence=1)

Paakkonen, L. 2018. Käytännön opas menestyvän peliyrityksen perustamiseksi. Kajaanin ammattikorkeakoulu. Opinnäytetyö. PDF-dokumentti. Saatavissa: [https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/156011/Paakkonen\\_Leevi.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/156011/Paakkonen_Leevi.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

PocketGamerbiz. 2017. How to build a games company. Saatavissa: <https://www.youtube.com/watch?v=WyXLx2YwE1o>

Rundberg, A. 2021. Aloittavan yrityksen liiketoimintasuunnitelma, Case: Digital Barracks Oy. Kaakkois-Suomen ammattikorkeakoulu. Opinnäytetyö. PDF-dokumentti. Saatavissa: [https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/379783/ARKISTOITAVA\\_Rundberg\\_Aku.pdf?sequence=2&isAllowed=y](https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/379783/ARKISTOITAVA_Rundberg_Aku.pdf?sequence=2&isAllowed=y)

TreeFall Studios. 2019. How To Start An Indie Game Studio For ALMOST \$0 (my setup). Saatavissa: <https://www.youtube.com/watch?v=KYoKfAFYQww>

TRUIC. 2020. How to start a video game company. The Really Useful Information Company. WWW-dokumentti. Saatavissa: <https://howtostartanllc.com/business-ideas/video-game-company>

Turkia, M. 2017. Indie-pelirytysten markkinointi. Kaakkois-Suomen ammattikorkeakoulu. Opinnäytetyö. PDF-dokumentti. Saatavissa: [https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/138898/Turkia\\_Mika.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/138898/Turkia_Mika.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Uusyrittyskeskus. 2019. Selko-opas yrittäjyyteen. PDF-dokumentti. Saatavissa: [https://uusyrityskeskus.fi/wp-content/uploads/2020/12/SUK\\_OPAS2019\\_selkokieli\\_VERKKOON.pdf](https://uusyrityskeskus.fi/wp-content/uploads/2020/12/SUK_OPAS2019_selkokieli_VERKKOON.pdf)

Uusyrittyskeskus. s.a. Liiketoimintasuunnitelma. WWW-dokumentti. Saatavissa: <https://uusyrityskeskus.fi/yrityksen-suunnittelu/liiketoimintasuunnitelma/>

Whatagraph. 2020. The Ultimate Guide to the 7 Key Marketing Principles. WWW-dokumentti. Saatavissa: <https://whatagraph.com/blog/articles/principles-of-marketing>

### Haastattelut:

Haastattelut tehtiin 17.3.-15.4.2021. Kaikki haastattelut tehtiin avoimilla kysymyksillä, koska kaikilla haastatelluilla ammatillisilla oli erilainen osaamisalue ja erilaisia henkilökohtaisia kokemuksia yrittäjyydestä videopelien kehittämisessä. Kaikki haastatellut ammatilliset antoivat oman osuutensa arvokkaasta näkemyksestään omista kokemuksistaan alan veteraaneina.

### **Kiitos kaikille, jotka halusivat jakaa ajatuksiaan ja tietojaan**

Brandt, Henri. 23.3.2021  
 Haaja, Marko. 17.3.2021  
 Kilpeläinen, Jyri. 23.3.2021  
 Loikkanen, Salli 15.4.2021  
 Soares, Kim. 26.3.2021  
 Villanen, Antti. 23.3.2021

