

Palsatech Oy:n yrityselokuvan tuotantoprosessi

Antti Haase, TaM DI, projektipäällikkö, kauppa ja kulttuuri, Lapin ammattikorkeakoulu

Asiasanat: innovaatiot, elokuvatuotanto, malminetsintä

Innofun hankkeen pitchausvideot taustana

Lapin AMK:n Innofun hankkeessa (Interreg IVC rahoitusohjelma) kehitettiin vuosien 2012–2014 aikana yritysten pitchausvideoiden kustannustehokas tuotantomalli. Innofun hankkeen yleistavoitteena oli kehittää digitaalista viestintävälineitä innovaattoreiden ja innovaatioiden rahoittajien välisen ”viestintäkuilun” kaventamiseksi. Pitchausvideolla tarkoitetaan yrityksen palvelu- tai tuoteinnovaation audiovisuaalista myyntiesittelyä sen potentiaalisille rahoittajille ja/tai asiakkaille. Käytännössä pitchausvideo on useimmiten hyvin lähellä loppukäyttäjille kohdistettua markkinointivideota, koska myös rahoittajien mielenkiinto herätetään parhaiten markkinafokuksella pelkkien teknologisten yksityiskohtien esittelyn sijasta. Lapin AMK tuotti Innofun hankkeessa pitchausvideon viidelle Lapin alueella toimivalle pilottiryitykselle (Engemma Oy, Goins Oy, Geonex Oy, NWD Technologies Oy ja 360 Media Europe Oy). Yritykset valikoituivat mukaan Digipolixen eli Kemin teknologiakylän yrityskehityspalvelujen asiakkaina. Yrityksiä yhdistää innovatiivinen tuote- ja/tai palvelu, josta on vaikea kertoa sanallisesti.

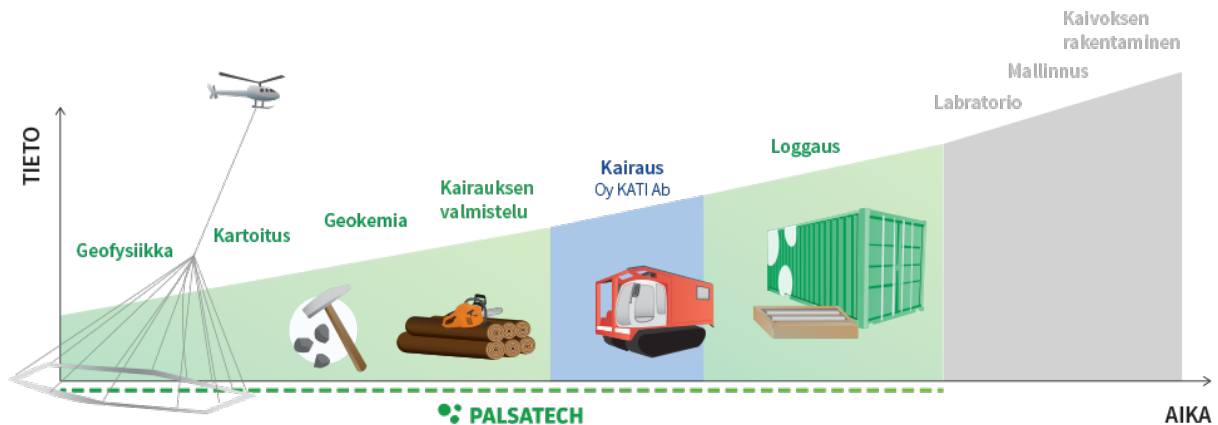
Pitchausvideopalvelun kehitys lähti liikkeelle Digipolixen asiakasyritysten jatkuvasta ongelmasta saada laadukkaita kontakteja innovaatioiden yksityisiin rahoittajiin. Rahoittajat asuvat usein kaukana Lapista ja rahoituspäätösten saamiseen menee yrittäjien kannalta liian pitkä aika. Yrittäjillä on myös vaikeuksia kommunikoida teknisesti monimutkaisia tuote- ja palveluideoitaan ulkopuolisille tahoille. Varsinkin innovaattori-tyyppisen yrittäjän osaaminen liittyy lähes aina enemmän itse tuotteeseen tai palveluun kuin sen myymiseen. Tämä on yleisemminkin start-up yritysten suurimpia haasteita. Pitchausvideolla voidaan näyttää miten tuote tai palvelu toimii konkreettisesti käytännössä ja mitkä sen hyödyt ovat. Yrittäjät kokevat videon tekstiä tai powerpoint-esitystä monipuolisemmaksi tavaksi esitellä innovaatio. Lisäksi videoesityksen laatu on aina sama.

Innofun hankkeen lopussa toteutettujen haastatteluiden perusteella yritysten palaute pitchausvideoista oli poikkeuksellisen positiivista. Esimerkiksi NWD Technologies Oy:n toimitusjohtaja Jani Alatainio sai pitchausvideon avulla hankittua merkittävän rahoituksen vesivuotohälytin-innovaatiolleen. Videoiden menestyksen seurauksena Digipolis teki Lapin AMK:n kanssa lokakuussa 2014 puitesopimuksen pitchausvideopalvelusta vuodelle 2015. Puitesopimuksen tavoitteena oli pysyvän pitchausvideopalvelun tarjoaminen Digipoloksen yritysasiakkaille.

Palsatech Oy:n yrityselokuvan tuotantoprosessi

Vuoden 2015 aikana Lapin AMK toteutti kaksi videota Digipoloksen yritysasiakkaille. Videot esittelivät koneurakoija Matti Postin kehittämän puskutyöntökauha-innovaation ja Palsatech Oy:n kokonaisvaltaisen palvelupaketin malminetsintään. Tässä artikkelissa keskitytään Palsatech Oy:n videon ja sen tuotantoprosessin erittelyyn. Palsatech Oy:n videosta käytetään nimitystä yrityselokuva, koska lyhyen pitchausvideon sijasta videosta tuli pitkäkö (6 minuuttia), elokuvallinen ja siinä on voimakas markkinafokus.

Palsatech Oy:n yrityselokuvan tuotantoprosessi käynnistyi aloituspalaverilla Digipoliksella 20.3.2015. Palaverissa Palsatech Oy:n ydintiimi kertoi malminetsintään palvelupaketistaan ja toiveistaan yrityksen toimintaa esittelevällä elokuvalla. Yrityselokuvan tulisi valmistua 2.11.2015 mennessä, jotta se voitaisiin lanseerata 3.11.2015 kaivosmessuilla Levillä. Elokuvan olisi siis toimittava ilman dialogia, koska messutilanteen hälinässä ei elokuvan ääntä välttämättä pysty keskittyneesti kuuntelemaan. Palsatech Oy:n toimitusjohtaja Mika Alasuutari kertoi aloittaneensa työuransa malminetsintäyhtiössä 16 vuotiaana työharjoittelijana, kouluttautuneensa geoteknikoksi ja toimineensa monissa eri rooleissa kaivos- ja malminetsintäyhtiöissä. Mikan laaja ja pitkäaikainen työkokemus teki minuun vaikutuksen. Päätin heti että haluan välittää kokemukseni katsojille: malminetsintä on iso osa tämän miehen elämää ja hän tietää mistä puhuu. Kirjasin aloituspalaverin muistiinpanoihin Mikan sanat, jotka päättyivät lähes sellaisenaan lopulliseen elokuvaan: ”*Yhtiö perustettiin, koska tällaista palvelupakettia ei ollut saatavilla yhden luukun kautta. Olisin ostanut jos olisi ollut saatavilla.*” Aloituspalaverissa minulle esiteltiin yrityksen palveluprosessin kuvaus, josta tuli elokuvan keskeinen rakenteellinen elementti.



Kuva 1. Palsatech Oy:n palvelupaketti. Palsatech Oy.

Aloituspalaverin jälkeen pyysin Palsatech Oy:n tiimiä rajaamaan tarkemmin elokuvan fokusta vastaamalla seuraaviin kysymyksiin (perässä *vastaukset*):

1. elokuvan ensisijaisen kohderyhmä ja käyttötarkoitus: *koti ja ulkomaiset malminetsintäyhtiöt messuilla, asiakkaat ovat "metsäihmisiä" (harvoin "pukuihmisiä") => näytetään elokuvassa että teemme töitä paljon kentällä emmekä vain istu puku päällä toimistossa*
2. mitkä ovat tärkeimmät asiat jotka haluatte tuoda esille: *innovatiivisuus, globaalisti uskottava toimija, laadukas, ympäristöystävällisyys ja kustannustehokkuus*
3. minkä tunteen haluatte jättää elokuvan nähneelle katsojalle: *tarina jää mieleen ja asiakas kokee että olemme uskottava kumppani, teemme asiat turvallisesti ja asiakas saa kallisarvoista tietoa kustannustehokkaasti*
4. mitä konkreettisesti haluaisitte nähtävän elokuvassa: *kokonaispalvelumme konkreettiset vaiheet malminetsinnästä, asiakkaan tieto tutkittavasta alueesta lisääntyy*

Totesin, että Palsatech Oy:n palveluprosessin lukuisten vaiheiden esittelyn seurauksena elokuvasta tulisi vähintäänkin 5 minuuttia pitkä. Näin pitkän yrityselokuvan kanssa olisi pakko hyödyntää koukuttavaa tarinankerrontaa, jonka avulla katsoja saataisiin netissä sitoutumaan tavanomaista pidemmän videon katseluun. Yritysten esittelyvideoissa tarinankerronta rakennetaan yleensä kolmen vaiheen ympärille: 1.ongelma, 2. ratkaisu, 3. markkinat. Palsatech Oy:n yrityselokuvan keskeisenä dramaturgisena ratkaisuna käsikirjoitin elokuvan alkuun tilanteen, jossa malminetsintävaltauksen omistajalla on ongelma: hänellä on valta, mutta ei tietoa valtauksen potentiaalista. Ensimmäisen kohtauksen nimesin ”Asiakkaan tehtävänanto: tuntematon alue kartalla” ja se kuvataan käsikirjoituksessa seuraavasti: ”Asiakas avaa maastokartan pöydälle, vain kartan avaavat kädet näkyvät. Mineraalikimpaleet laitetaan kulmiin pitämään karttaa auki. Palsatech:n toimitusjohtaja Mika Alasuutari seisoo asiakkaan

vieressä, kumpikin tutkii karttaa, taustalla seinällä iso Palsatech:n logo. Asiakas rajaa tussilla karttaan alueen ja piirtää sen keskelle kysymysmerkin. Asiakas katsoo kysyvästi Mikaa. Mika katsoo karttaa. Pysäytyskuva ja esittelyteksti: "CEO Mika Alasuutari, Palsatech Ltd." Tämän jälkeen elokuvan keskeisenä rakenteena on Palsatech Oy:n palveluprosessi ratkaisuna malminetsijän ongelmaan. Palveluprosessi esitellään elokuvan alussa ja se kerrataan elokuvan loppuhuipennuksessa. Katsojaa muistutetaan palveluprosessin vaiheista myös kuvaruudun alalaidassa näkyvällä pienellä kuvakkeella.

Jo Innofun hankkeen pitchausvideoiden tuotantojen aikana havaitsimme, että ytimekäs dialogi asiakkaan kanssa on tuotantoprosessin tehokkuuden kannalta avainasia. Asiakkailla ei useinkaan ole aiempaa kokemusta monimutkaisen videotuotannon eri vaiheista. Periaatteessa videota voidaan muokata loputtomasti. Jos asiakas haluaa palata tuotantoprosessissa takaisinpäin esim. kuvaamaan lisähaastatteluja, se aiheuttaa usein suuria lisäkustannuksia. Näin ollen tuotantoprosessin tulee olla mahdollisimman läpinäkyvä, nopea ja hyvin hallittu. Asiakkaan kanssa tulee sopia tarkasti ne tuotantoprosessin vaiheet, joissa hän voi antaa palautetta. Keskeisiä palautevaiheita ovat käsikirjoituksen ja leikkauksen ensimmäinen versio sekä niiden lopullisten versioiden hyväksyminen. Sain kannustavaa palautetta Mika Alasuutarilta elokuvan ensimmäisestä käsikirjoitusversiosta. Hän lähetti minulle seuraavan sähköpostin 30.4.2015: *"Sen verran täytyy sanoa että ajattelin vilkaista käsikirjoitusta pikaisesti... se veti mukanaan, oli pakko lukea loppuun ja nosti kylmät väreet pintaan.. Se oli loistava ekaksi draft:ksi!!!! :D"*

Käsikirjoituksen alkupuolella on kohtausta, jossa Mikan taustatarina sidotaan yrityksen perustamiseen ratkaisuna niihin ongelmiin, joita hän oli aiemmalla kaivosalan työurallaan kohdannut. Tutustuttuaan tarkemmin käsikirjoitukseen, Mika kommentoi tätä kohtausta seuraavasti: *"Yleisesti ottaen on ihan oikein, että minun rooli perustajana tulee esille. Ja vaikka minä pyöritänkin showta, olisi ehkä varottava antamasta ns. yhden miehen firman vaikutelmaa että pystyy luomaan kuvaa isosta ja vakavasti otettavasta toimijasta tällä alalla."* Tämän palautteen seurauksena päätin käyttää elokuvassa useita Palsatech Oy:n työntekijöitä monilta eri osaamisalueilta. Yrityksen perustamistarinaa varten pyysin Mikaa lähettämään minulle valokuvia, jotka kuvaisivat hänen pitkää työuraansa alalla. Elokuvaan valikoitui mm. seuraava kuva malminetsinnän kairausnäytteiden pakkaamisesta.



Kuva 2. Palsatech Oy:n toimitusjohtaja Mika Alasuutari pakkaa kairausnäytteitä. Alasuutari Mika.

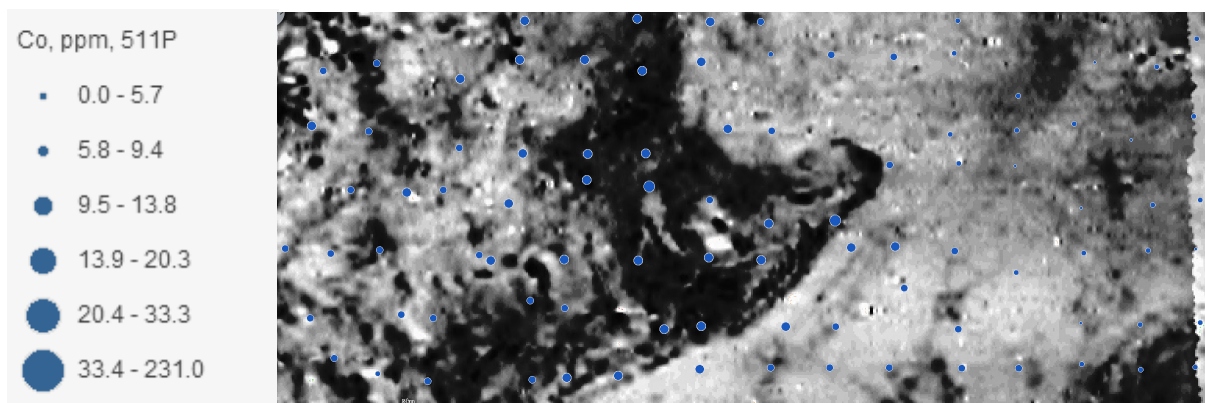
Lopullisen käsikirjoitusversion hyväksymisen yhteydessä Mika totesi, että elokuvan alkukohtauksen asiakasta näyttelevän henkilön ”*profiliin sopii parrakas n.50-60v mies*”. Pyysin tehtävään tuttavaani Olavi Stooria, joka suoriutuikin näyttelijäntyön haasteista erinomaisesti. (Olavin oma idea oli mm. puristaa käsi nyrkkiin elokuvan loppukuvassa merkinä tyytyväisestä asiakkaasta.)

Käsikirjoituksen valmistuttua ryhdyin opiskelijatyöryhmäni kanssa kartoittamaan sopivia kuvauspaikkoja. Haasteeksi muodostui sopivan paikan löytäminen kohtausta varten, jossa kauko-ohjattavalla lennokilla kuvataan malminetsintää varten kartoitettava alue. Muistiini oli jäänyt syksyn 2014 karpaloretki suolle Martimoaavan läheisyydessä. Vierailtuamme suolla totesimme sen soveltuvan hyvin lennökkikohtauksen näyttämöksi. Suoalueella voitiin havainnollistaa, että malminetsinnässä lennokka pystyy ihmistä nopeammin kartoittamaan erityisesti vaikeakulkuiset alueet. Alla olevassa kuvaparissa kuvakäsikirjoituksen hahmotus lennokin heittotilanteesta ja vieressä lopullisen elokuvan kuva Martimoaavan suolta.



Kuva 3. Elokuvan kuvakäsikirjoituksen kuva ja vastaava kuva lopullisesta elokuvasta. Pulju Matti ja Haase Antti.

Elokuvassa keskeisessä roolissa on malminetsinnän tutkimustiedon kerääntymisen visualisoiminen. Tähän tehtävään rekrytoin työryhmään kuvataideopiskelijan. Keräsin hänelle referenssiksi näytteitä klassisista sci-fi elokuvista. Sellaisia olivat mm. Matrix (1999) elokuvan vihreät juoksevat numerosarjat, Minority Report:n (2002) kohtaus jossa Tom Cruise manipuloi käsiliikkeillä tietoikkunaa ”ilmassa” ja Plurality (2012) elokuvan mittarikehykset ja karttojen skannausefektit. Sci-fi efektilä halusin tuoda esille Palsatech Oy:n teknologista edelläkävijyyttä. Toisaalta elokuvan uskottavuuden kannalta oli tärkeää, että animaatioissa malminetsinnän numeeriset tiedot ja merkintätavat perustuivat todellisuuteen eivätkä pelkkään tieteisfantasiaan. Palsatech Oy:n päägeologi Hannu Ahola lähetti mm. alla olevan esimerkkikuvan malmiesiintymän kuvasta ja merkinnöistä visualisointityön pohjaksi.



Kuva 4. Esimerkkikuva malmiesiintymän merkinnöistä. Geologian tutkimuskeskus.

Elokuva loppuu kohtaukseen ”Tulokset asiakkaalle”, jonka kuvasin käsikirjoituksessa seuraavasti: ”Toimitusjohtaja Alasuutari antaa asiakkaalle tutkimustulosten kansion ja asiakas avaa sen. Ensimmäisellä aukeamalla on alussa nähty karttaan piirretty alue ja kysymysmerkki. Yhtäkkiä alue muuttuu animaatioksi. Näemme aiemmat vaiheet malminetsinnän

tutkimustyöstä sci-fi animaationa, kokoajan tarkentuvaa tietoa alueesta ilmestyy kartan päälle. Animaatio huipentuu lupaavimman alueen ”lukkiutumiseen” kartalla. Palsatech Oy:n logo, yhteystiedot ja teksti: ”Buy valuable results, minimise investments.” Alla kuvakaappaus kyseisestä tilanteesta elokuvassa.



Kuva 5. Kuva lopullisen elokuvan kartta-animaatiosta. Haase Antti.

Palsatech Oy:n yrityselokuvan palaute

Palsatech Oy:n yrityselokuva lanseerattiin 3.11.2015 Levin kansainvälisillä FEM-kaivosmessuilla. Yrityksen toimitusjohtaja Mika Alasuutari lähetti sähköpostin yrityselokuvan vastaanotosta: ”Elokuva sai ERITTÄIN YLISTÄVÄN arvostelun asiakkailtamme ja yhteistyökumppaneiltamme!!! Kaivosmessujen eka illan julkkareissa se kelattiin 50 kertaa (parin-kolmen tunnin aikana) ja siinä arvostettiin eritoten elokuvamaista, ammattitaitoista ja korkealaatuista jälkeä. Kiitos vielä kerran!!!” Syksyllä 2016 Mika Alasuutari raportoi: ”Vuoden aikana olemme saaneet kansainvälisiäkin yhteydenottoja, joissa on keuhuttu yrityselokuvamme kuvaavan erittäin selkeästi toimintaamme”. Laadukkaasti toteutettu yrityselokuva auttaa yritystä erottautumaan tuhansien vastaavia palveluita tarjoavien joukosta. Tärkeimpiä erottautumisen keinoja ovat kirkas idea, vahva tarinankerronta ja elokuvallisuus kuva- ja äänikerronnassa.

LÄHTEET

Haase, Antti & Merivirta, Minttu (editors). 2014. INNOFUN : Creating and Piloting Digital Pitch Video Concept. Lapin ammattikorkeakoulu. Publication series B. Reports 28/2014.

Haase, Antti. 2015. Palsatech Ltd - Get more results with less investments. www.youtube.com/watch?v=ZPLVDUpFmIo

Lapin AMK. Innofun-hankkeen pitchausvideoiden Youtube-kanava. www.youtube.com/channel/UC1Ni1xtLSBO4un38kXwIWQ