

# Kuvamyynti- ja tiedostonjakojärjestelmän uudistaminen ”kuvakokoelmat.fi 2.0”



# Valtiokonttorin D9 ja Museovirasto

## 1. OSALLISTETUT IHMISET

### HELSINKI-TYÖPAJA

- 26 osallistujaa
- Pääosin media- ja luovan alan ihmisiä, opiskelijoita, muotoilijoita



### TURKU-TYÖPAJA

- 14 osallistujaa
- Pääosin opiskelijoita, opettajia tai tutkijoita



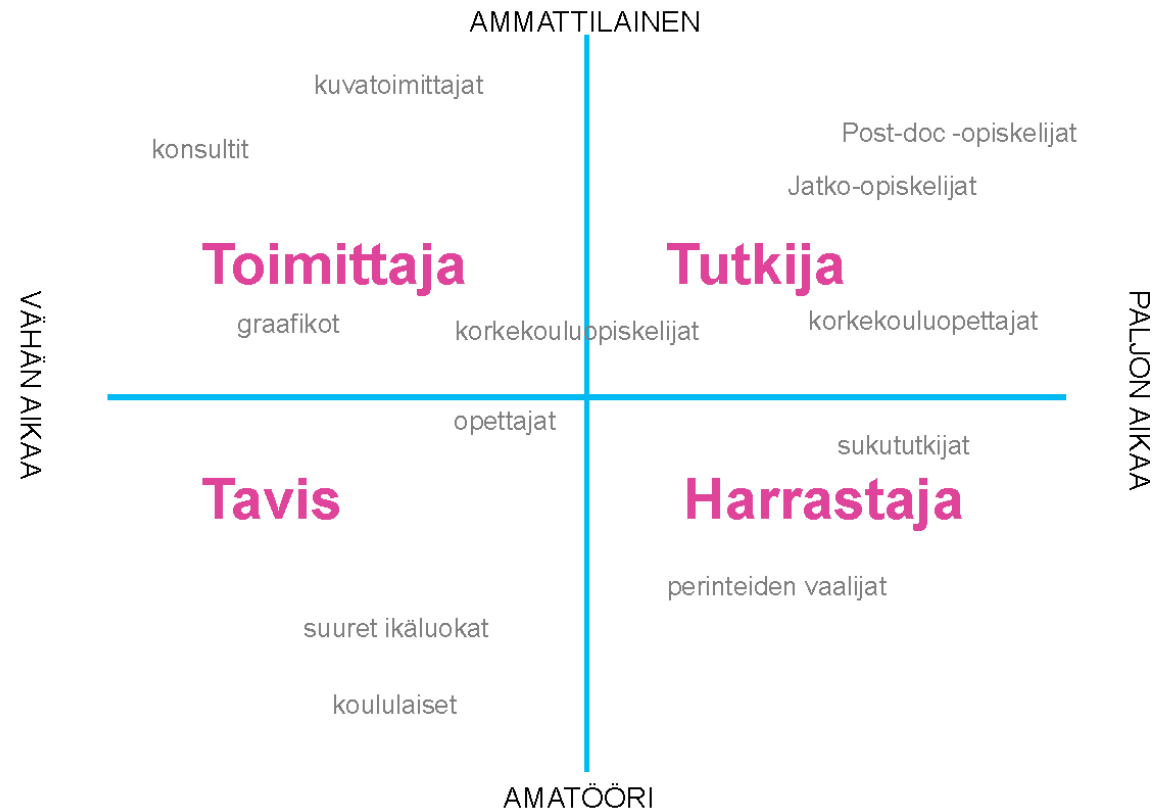
### ASiantuntija- haastattelut, 10 kpl

- Helsinkikuvia & Finna
- Opettaja
- Toimittaja



# Käyttäjäsegmentointi uudella tavalla

## 2. NYKYISET KÄYTTÄJÄRYHMÄT



# Käyttäjien näkökulma

## Tavis

"Kuvan kautta syntyvä tunnekokemus paikkaan"

## Harrastaja

"Palvelun käyttäjänä tunnen olevani kuin lapsi karkkikaupassa"

## Toimittaja

"Ei minulla ole aikaa seikkailla ympäriinsä"

## Tutkija

"En tee mitään nostoilla, koska haen aina tiettyyn tarpeeseen"

### Haasteet:

- Ei tiedä kuvapalvelun olemassaolosta
- Ei kärsivällisyyttä käytön opetteluun
- Tottunut hyvään designiin; Instagram yms

- Ei ymmärrä eri arkistojen sisältöjä ja suhdetta
- Ei uskalla jakaa tai käyttää kuvia

- Kiire
- Kuvatoimittajien työ häviämässä; toimittaja tekee työn
- Laskutuksen seuranta hankalaa, kun työt ulkoistettu konsulteille ja free lancereille

- Oikean kuvan löytäminen; kuva ei ole olemassa jos sitä ei löydy
- Low-res kuvat ei täytä laatuvaatimuksia, mutta ei rahaa maksaa hi-res kuvista

### Toiveet:

- Haluaa houkuttelevan ja innostavan palvelun
- Helppo some-jakaminen
- Toivoo rennompaa ja innostavampaa viestintää

- Lisää mahdollisuuksia yhteisöllisyydelle ja osallistumiselle
- Opastusta ja tukea maallikkokielellä

- MV pitäisi tarjota aktiivisesti sisältöjä medialle
- Ostaminen tehtävä helpommaksi

- Mahdollisuus tietojen rikastuttamiseen ja merkitysten antamiseen
- Ilmaiset palvelut ja käyttö

ARKISTOIHIN LIITTYVÄN ASIANTUNTEMUKSEN MÄÄRÄ

# Unelmien palvelu - hakutoiminnot

## 3. HAKU: VOISI OLLA INTUITIIVINEN

- Yhä useammalle (esim. bloggarit, graafikot) myös muoto (väri, vaaka-pysty, tms) on tärkeä hakukriteeri.
- Haastateltavat toivoivat älykästä hakukonetta, joka osaa:
  1. ehdottaa jo aloitussivulla, miten kannattaisi lähteä hakemaan (esim. IP-osoitteen perusteella lähialueen kuvia)
  2. ehdottaa parempaa hakusanaa tai synonyymiä
  3. tarjoaa muita vastaavia sisältöä tai kiinnostuksen kohteita (kuten iStock tai Google)
  4. korjaa väärinkirjoitettuja sanoja, ennakoii kirjoitettavaa sanaa
  5. ehdottaa haetun kuvan perusteella muita saman formaatin kuvia

"Visuaalinen haku olisi todella hyvä joissakin tilanteissa"

"Tomppelinkin pitäisi löytää kuva – ei puolipilkkuja, tähtiä tms."

"Ontologioihin pitää linkittää arkikieli, harrastelijat hakee eri sanoilla kuin tutkijat."

# Hinnoittelu ja tuotteistaminen

## 3. TUOTTEET: KAUPPA EDELLYTTÄÄ PALJON

- Osallistajat suhtautuvat pääosin positiivisesti tuotemyyntiin ja mainitsivat kiinnostaviksi tuotteiksi postikortit, kalenterit ja kangaskassit valitsemillaan kuvilla. Näiden ostaminen erityisesti lahjaksi kiinnostaa. Tuotteisiin toivottiin editointimahdollisuutta (esim. omien tekstien, kehysten ja kuvaikonien lisäämistä).
- Tuotemyynti voidaan nähdä viestintänä ja palvelun markkinointikeinoja, mutta jos sitä kautta halutaan saada tuloja edellyttää se:
  1. panostusta markkinointiviestintään ja kaupallista otetta
  2. jatkuvaa kaikkeen kansaan uppoavaa sisällöntuotantoa, joka lisää palvelun tunnettuutta ja kasvattaa kävijämassaa
  3. some-aktiivisuutta ja puhuttelutyylin muuttumista
  4. Nettikaupan on oltava todella hyvin toteutettu, helppo käyttää ja itse tuotteiden laadukkaita ja hyvin muotoiltuja.

# Lähtökohdat kunnossa

## 4. PERUSTA ARVONMUODOSTUKSELLE

MUSEOVIRASTOLLA  
HALLUSSAAN  
AINULAATUINEN  
MATERIAALI

AINEISTO PUHUTTELEE  
LAAJASTI ERILAISIA  
IHMISIÄ

MUSEOALAN TOIMIJOIDEN  
YHTEISTYÖ MAHDOLLISTAA  
KATTAVAMMAT PALVELUT

AINEISTO PÄIVITTYÄ  
KOKO AJAN

DIGITAALISET  
SOVELLUKSET LUOVAT  
UUSIA MAHDOLLISUUKSIA:  
VR, AR, AI,

GLOBAALIT MARKKINAT  
JA ULKOMAISET YLEISÖT

MUSEOVIRASTOON  
LUOTETAAN

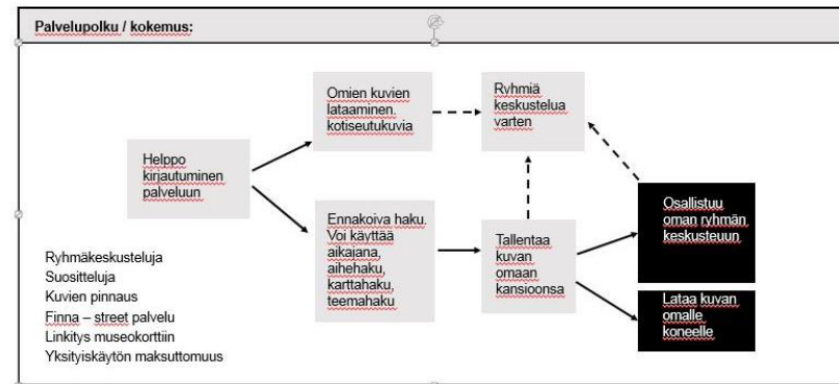
OPETUKSEN  
DIGITALISOINTI JA  
ILMIÖOPPIMINEN LUO  
KYSYNTÄÄ

KEHITTÄJÄYHTEISÖT  
AUTTAMAAN JATKUVASSA  
MUUTOKSESSA

# Osallisuus ja osallistaminen

## 4. ALUSTA YHTEISÖLLISYYDELLE; METADATA

- Palautteessa tutkijat kritisoivat metatietojen puutteita tai virheitä ja harrastajat sitä, ettei kuviin pääse liittämään tietoa.
- Kuvan tiedoissa voisi olla "layer", johon rekisteröidyt käyttäjät voisivat lisätä tunnistetietoja, linkkejä, viitteitä tms. Tämä näkyisi valittaessa rinnakkain MV:n tiedon kanssa, mutta ei olisi samalla tavalla virallista (vrt. Tripadvisor).
- Kun kuvia tullaan digitoimaan miljoonia lähivuosina, ihmisiä ja erityisesti asiantuntijoita pitäisi osata osallistaa metadatan tuottamiseen.



Helsingin työpajan ryhmätyön tuloksia



# Vapaa käyttö / maksullisuus ?

## 4. MISTÄ OLLAAN VALMIITA MAKSAMAAN?

### Tavis

- Enemmän aikaa kuin rahaa käytössään
- Tuotteet, joihin voi liittää merkityksiä; lahjatuotteet; hauskat digitaaliset tuotteet

### Harrastajat & tutkijat

- Enemmän aikaa kun rahaa käytössään
- Ammattimaisista tukipalveluista; kuviin liittyvä asiantuntemus
- Katveessa olevien kuvien löytämisestä
- Yksityishenkilönä valmis tukemaan tärkeäksi kokemaansa yhteiskunnallista työtä

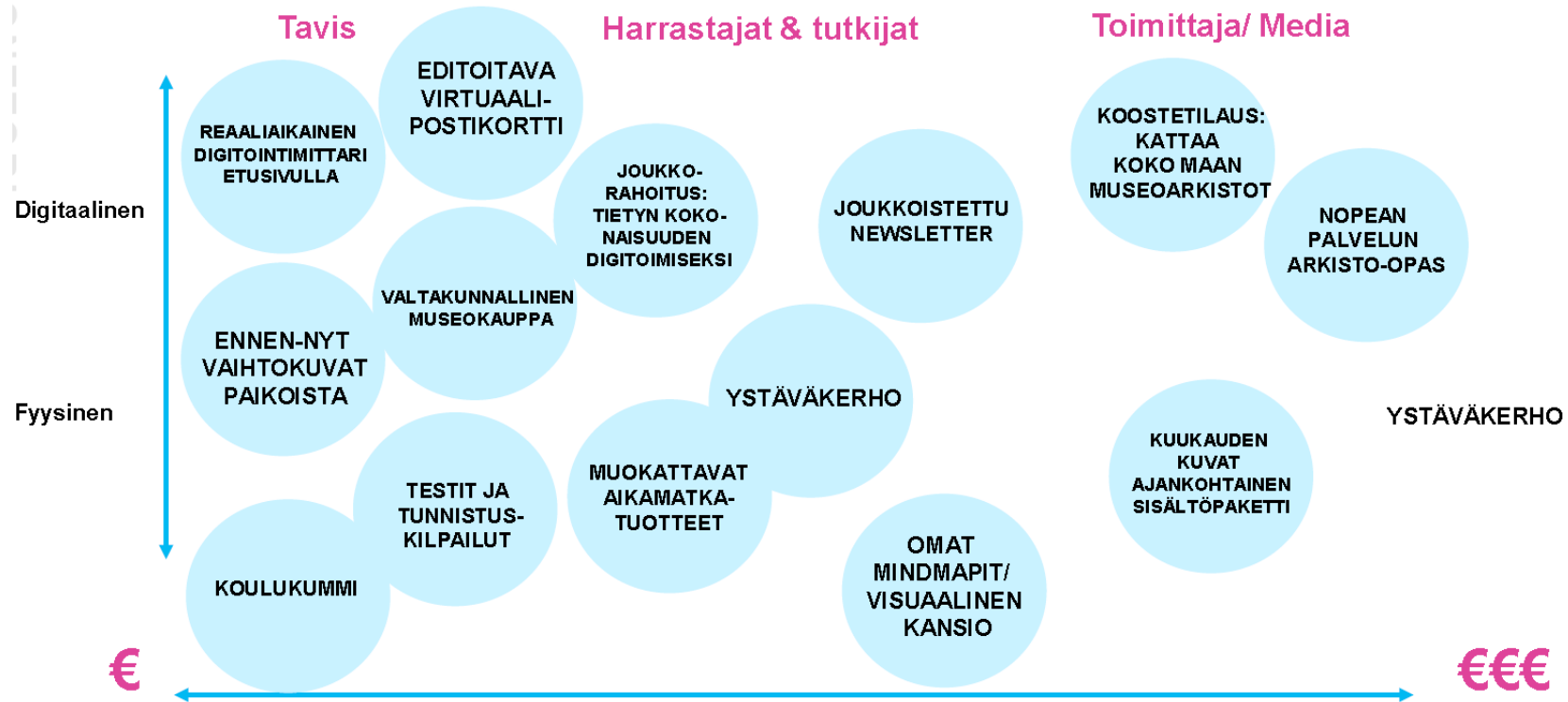
### Toimittaja/ Media

- Enemmän rahaa kuin aikaa
- Tiedostoista, joiden tilaaminen helppoa ja nopeaa



# Runsaasti kehitysideoita

## 4. IDEOITA UUTEEN PALVELUUN



# Uusi kuvamyynti- ja tiedostonjakopalvelu

Ismo Malinen, Museoviraston Kuvakokoelmat

Puh. 0295 33 6382

[Ismo.malinen@museovirasto.fi](mailto:Ismo.malinen@museovirasto.fi)



Palvelushenkilökuntaa hämäläisen täysihoitolan puistossa 1936.  
Kuva: Pietinen, Museovirasto