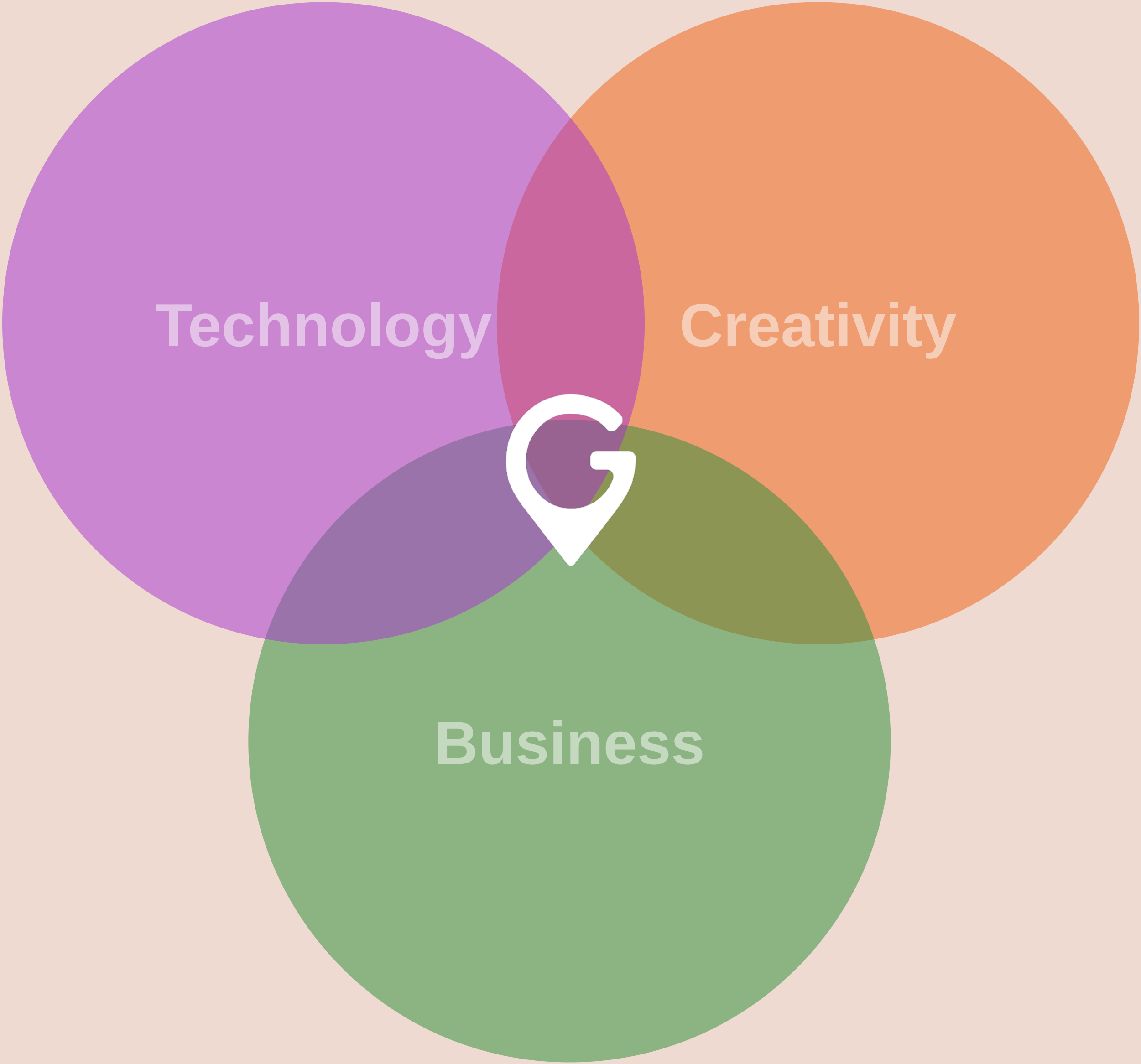
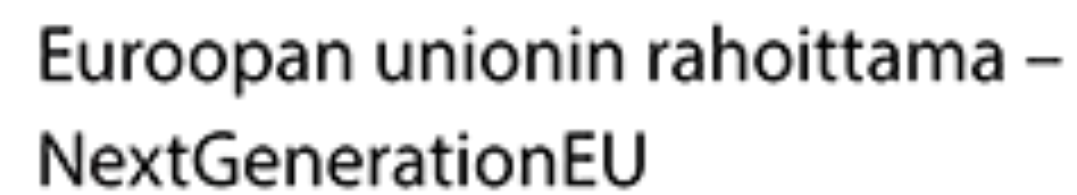


Showcase your service or product.

Tuo palvelusi tai tuotteesi esille





BUSINESS
FINLAND



TAIDE-
YLIOPISTO

agma
AGENTS AND MANAGERS IN CREATIVE INDUSTRIES



Euroopan unionin rahoittama –
NextGenerationEU



OPETUS- JA
KULTTUURIMINISTERIÖ

KasvuOpen®

M Manhattan
School of Music

Classical:
NEXT



HATHUNTERS



TEATTERIKESKUS
Teatercentrum • Theatre Centre

TAITEEN
TALO



LUCKAN



AIKATAULU/SCHEDULE

ALUSTUS / INTRODUCTION	12.30–12.35
-------------------------------	-------------

INFO	12.35–13.30
-------------	-------------

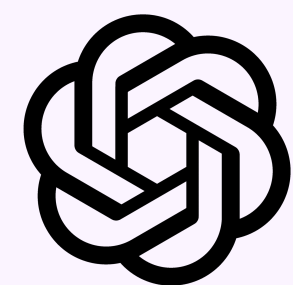
CASE: NIKKOTAKKO, KATRI JUVA	13.30–14.15
-------------------------------------	-------------

Tauko / Break	14.15–14.30
----------------------	-------------

WORKSHOP	14.30–15.45
-----------------	-------------

WRAP UP	15.45–16.00
----------------	-------------

Opettele etsimään tietoa, niin menestyt.
Learn to seek information, and you will succeed.



→ <https://chatgpt.com>, free / 19€/kk

*Works in
many languages!
Go Play with it!*

Sales-supporting content

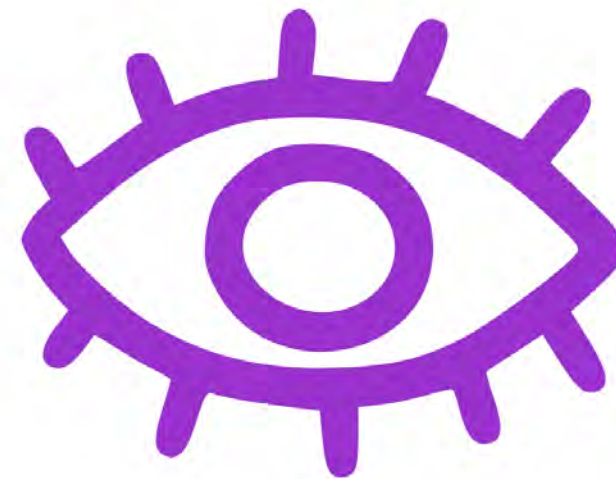
Myyntiä tukeva sisältö

LÄHTÖKOHTA

STARTING POINT



Tuote
Product

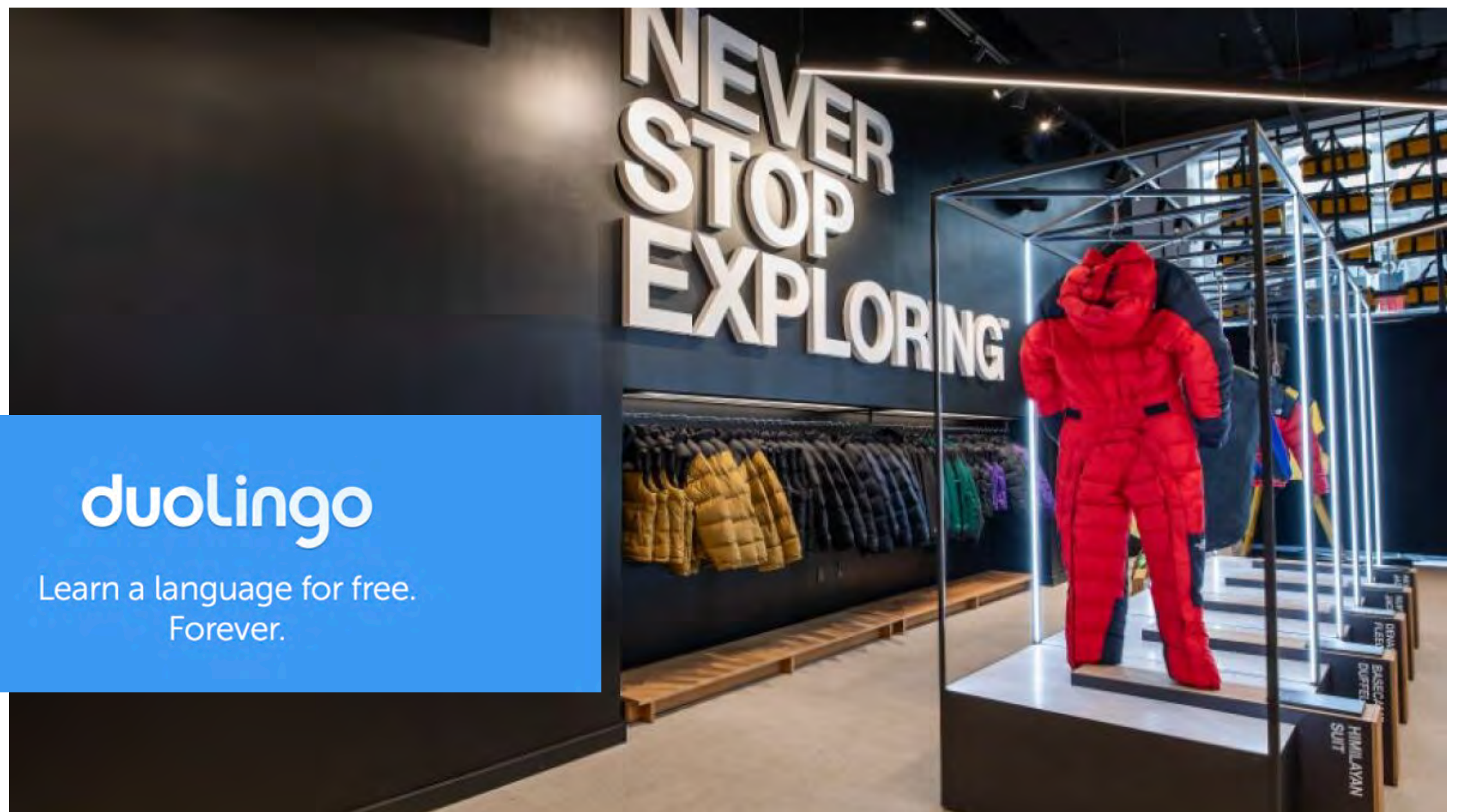


Kohderyhmä
Target group



Myyntitavoite
Sales target

BRÄNDI BRAND



Brändi on mielikuva, jonka ihmiset yhdistävät yritykseen, tuotteeseen tai palveluun.

A brand is the perception that people associate with a company, product, or service.

BRÄNDIELEMENTIT

BRAND ELEMENTS

- **Logo + fontit**
- **Bränditarina ja pääviestit**
- **Värit**
- **Materiaalit**
- **Visuaalinen ohjeistus**
- **Tone of voice**

- **Logo + Fonts**
- **Brand Story and Key Messages**
- **Colors**
- **Materials**
- **Visual Guidelines**
- **Tone of Voice**

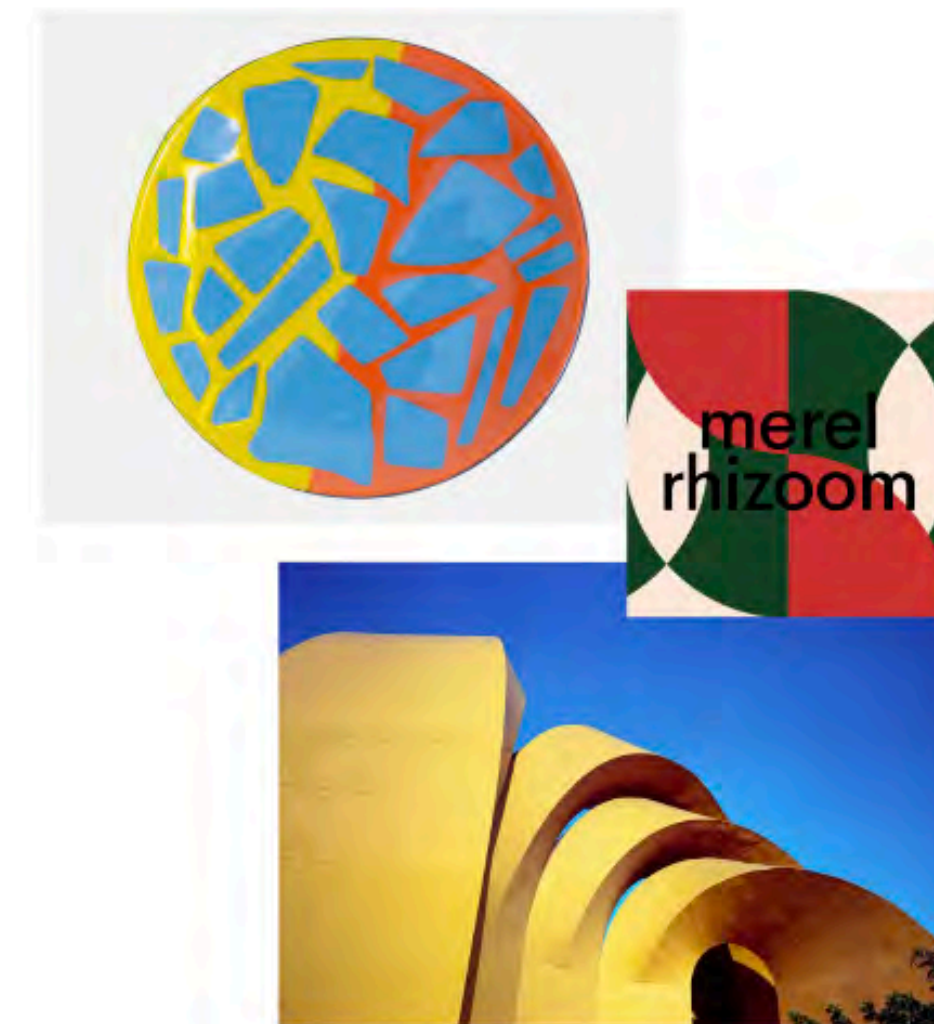
Example: brand.finnair.com/en/brand-basics/imagery

ESIMERKKI / EXAMPLE

Photography guidelines – Colours

Our colour palette come from the idea of northern light and the four seasons. Colours are sophisticated and often muted, mixed with strong accents. We use blk/wht only in art photos.

Our colour palette is never only strong without the muted and pastel hues.



What content is needed?

Mitä sisältöjä tarvitaan?



SISÄLTÖTYYPIT

CONTENT TYPES

Pysyvät sisällöt

Brändikuvat ja -videot
Yhteystiedot, tiimi, arvot, missio jne.
Logo ja muut graafiset elementit
Referenssit

Vaihtuvat sisällöt

Tuotetekstit
Tuotekuvat ja -videot
Kuvituskuvat/fiiliskuvat
Kampanjasisällöt
Blogi/uutiset/ajankohtaista

Static content

Brand images and videos
contacts, team, values, mission etc.
Logo and other graphic elements
References

Changing content

Product texts
Products images and videos
Illustration images and videos
Campaign content
Blog/news/What's new

Meistä-sivu / About us page

Työtämme ohjaavat arvot ovat merkityksellisyys,
tasavertaisuus ja hyvä tahto.



Meitä yhdistää uteliaisuus. Siksi työmmme ovat monipuolisia ja rakastamme tutustua uusiin ihmisiin ja sukeltaa uusille toimialoille. Olethan rohkeasti yhteydessä.



Anna-Kaari Hakkarainen

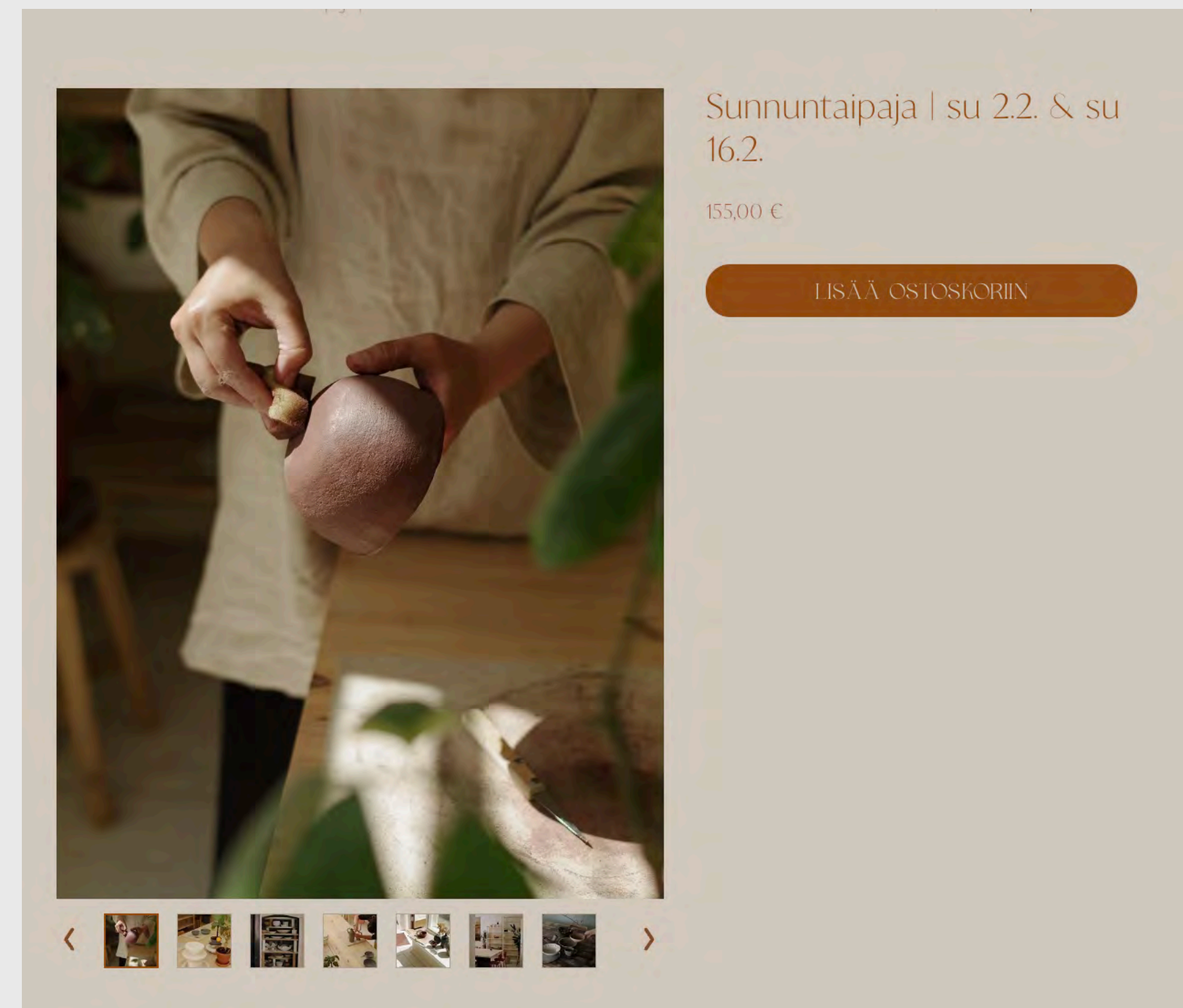
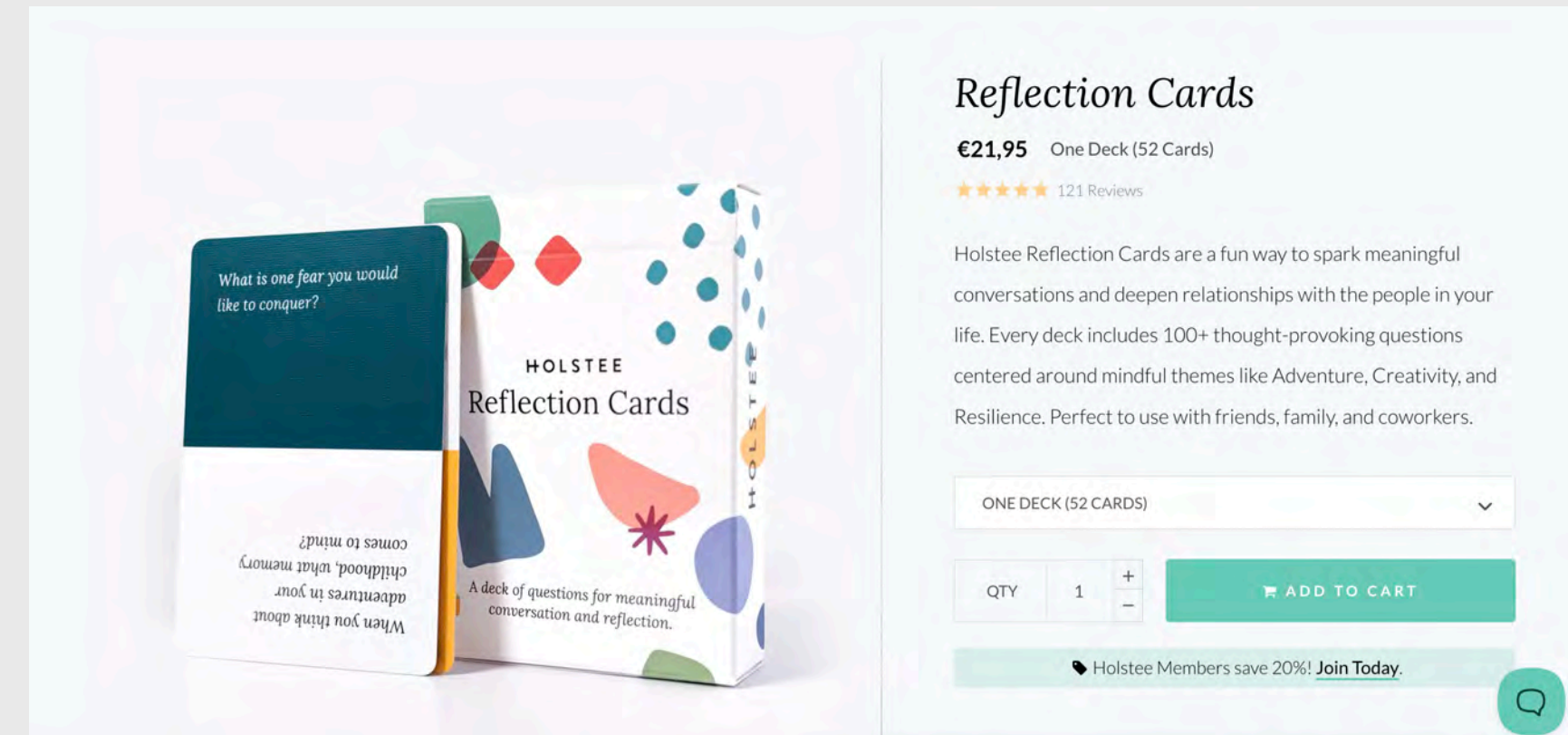
Founding Partner,
Creative Director
anna-kaari.hakkarainen@gut.fi



Laura Mattila

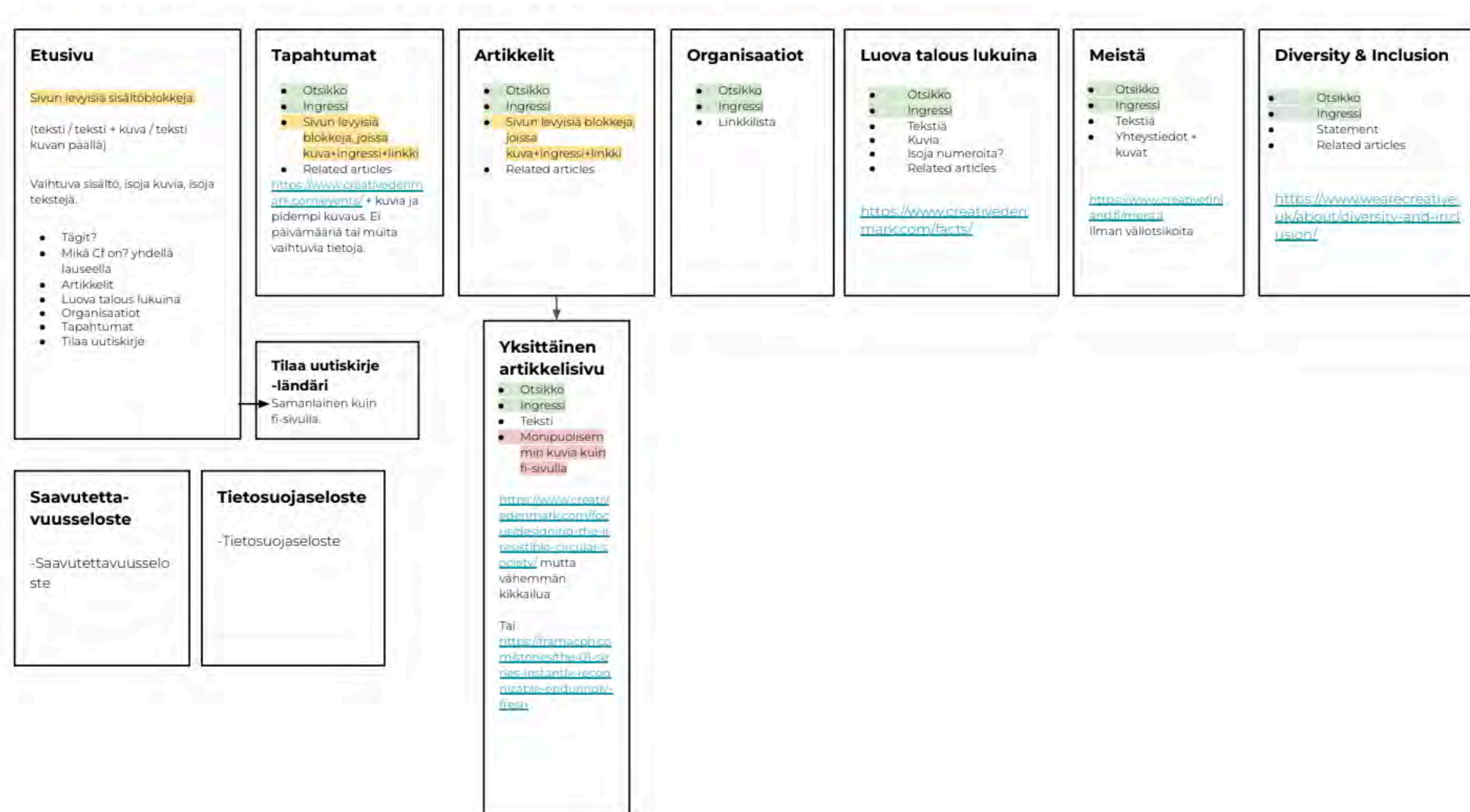
Founding Partner,
Head of Communication
laura.mattila@gut.fi

Tuotesivuja / Product page



SIVUSTON SUUNNITTELU

WEBSITE DESIGN





MYYNNTIKANAVAN TARPEET

SALES CHANNEL NEEDS

Sisältötyypit / content types

Millaisia kuvia ja tekstejä? Ryhmittele. / What kind of images and texts? Group.

Määrä / amount

Kuinka monta mitäkin tarvitaan? / How many of each is needed?

Resurssit / resources

Mitä osaat itse, mihin tarvitset apua? Can you do it yourself or do you need help?

Budjetti / budget

Minkä verran pystyt investoimaan? How much can you invest?

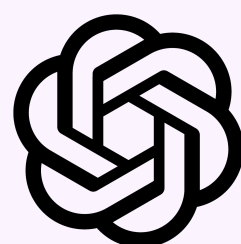
What makes good content?

Millainen on hyvä sisältö?



KUVAT

- Hyvä valaistus
- Brändin mukainen tyyli
- Myyntiviestejä tukevat kuvat (asiakaslähtöisyys!)
- Kuvia kasvoista
- Valoisat kuvat, ellei tummat ole alalle tyypillisiä (esim. teatteri, musiikki, elokuvat)
- Skaalattavuus eri kanaviin (eri muodot)
- Hyvä resoluutio
- Käyttöoikeudet (myös ajallinen käyttöoikeus)
- Metatekstit



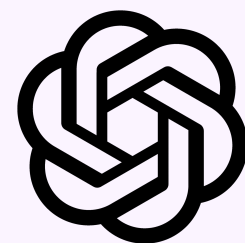
Ask
Chat
GPT

I sell [things you do] to [who you sell]. What kind of images should I produce to my website?



IMAGES

- Good lighting
- Brand-consistent style
- Images supporting sales messages (customer-oriented!)
- Photos of people and faces
- Bright images, unless dark tones are typical for the industry (e.g., theater, music, film)
- Scalability across different channels (various formats)
- High resolution
- Usage rights (including time-limited usage rights)
- Metadata texts

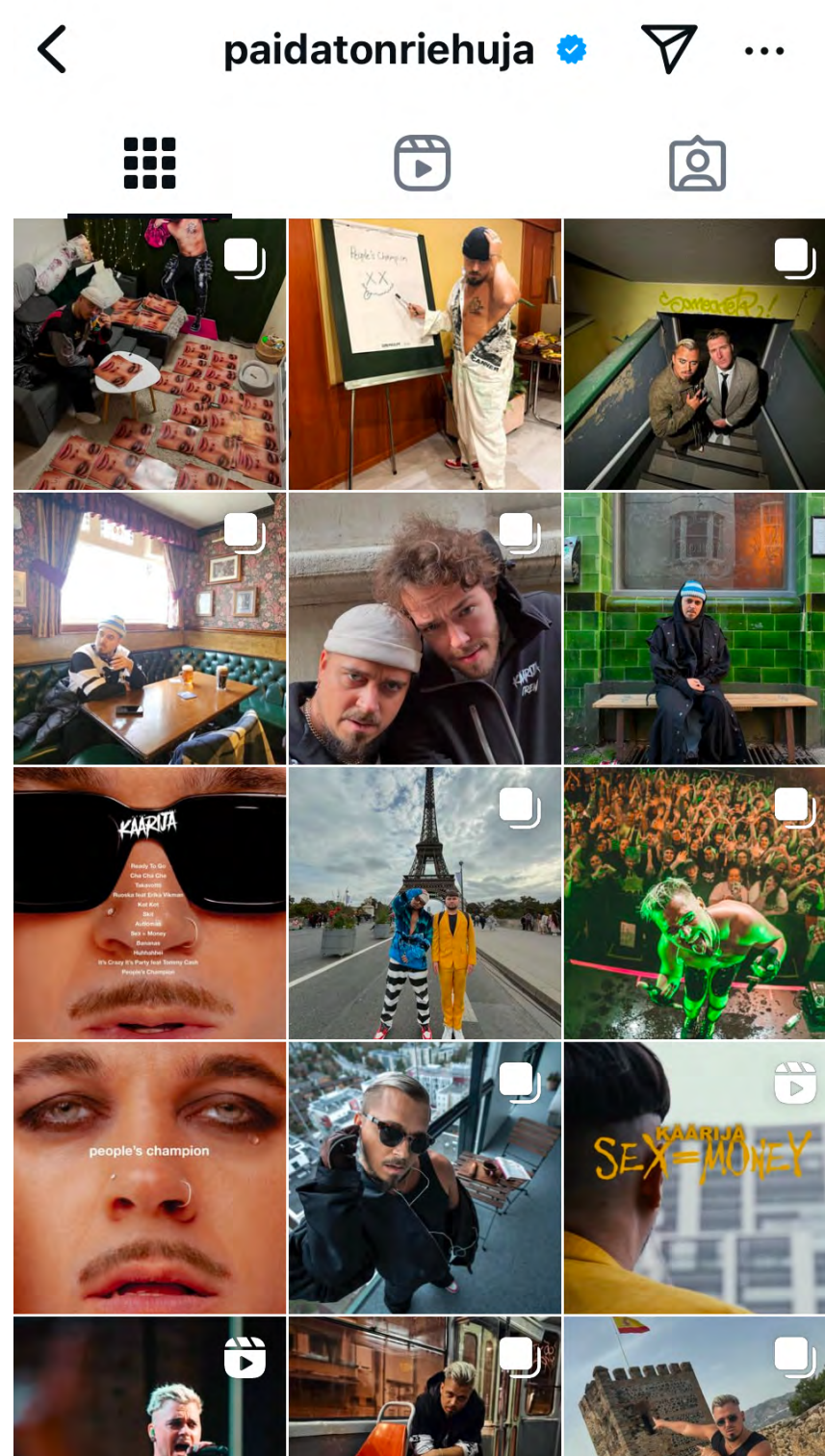
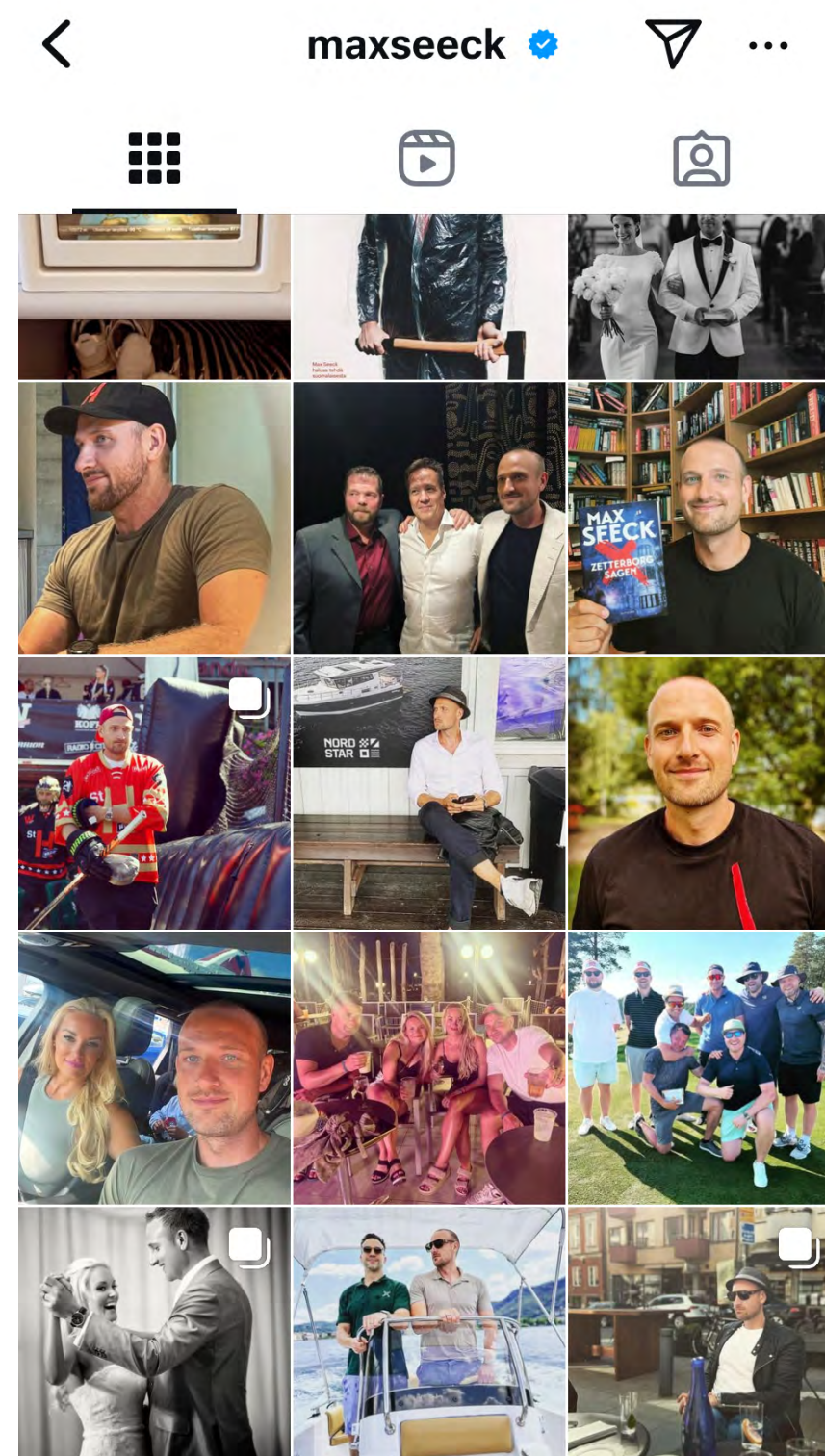
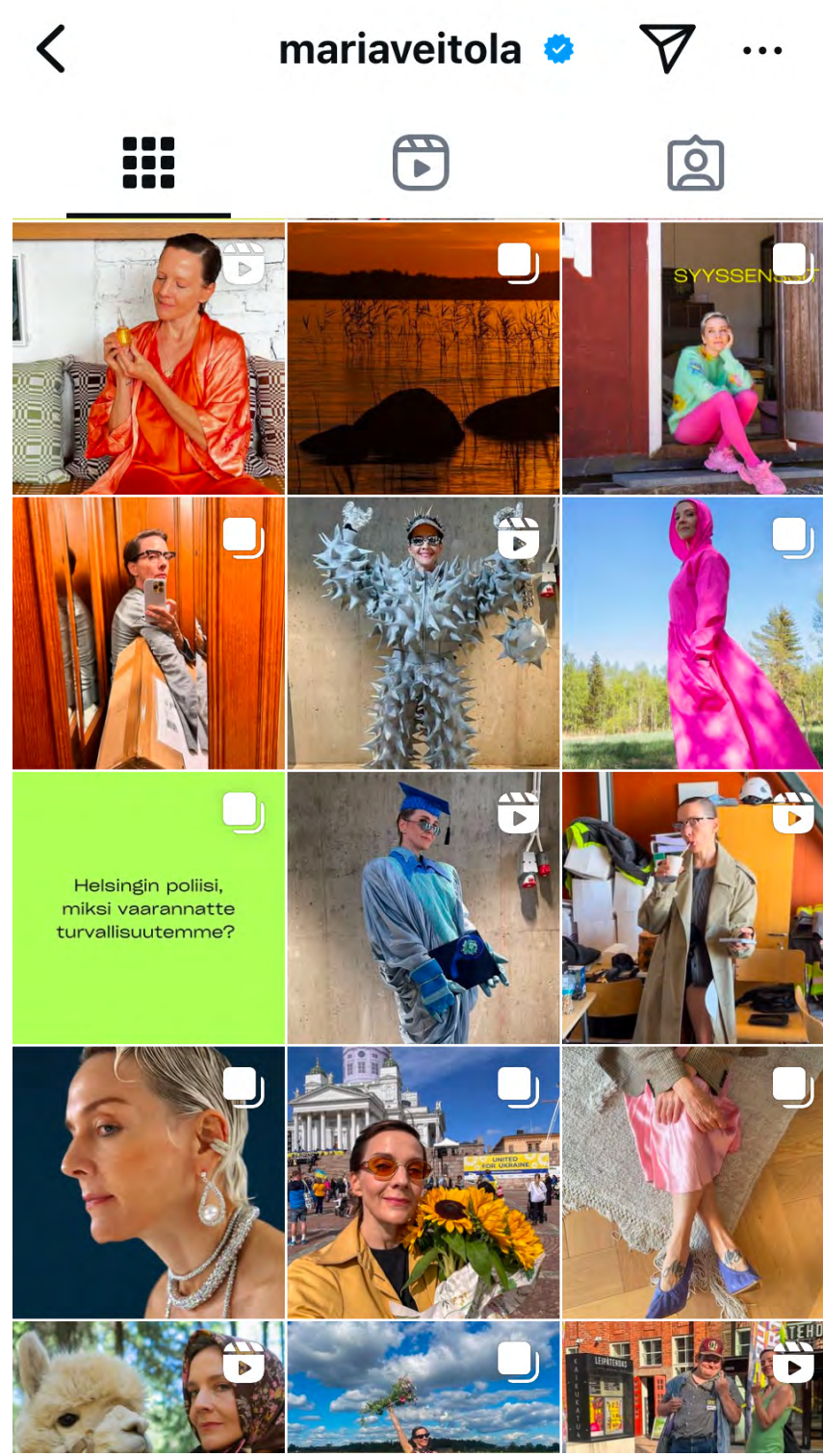
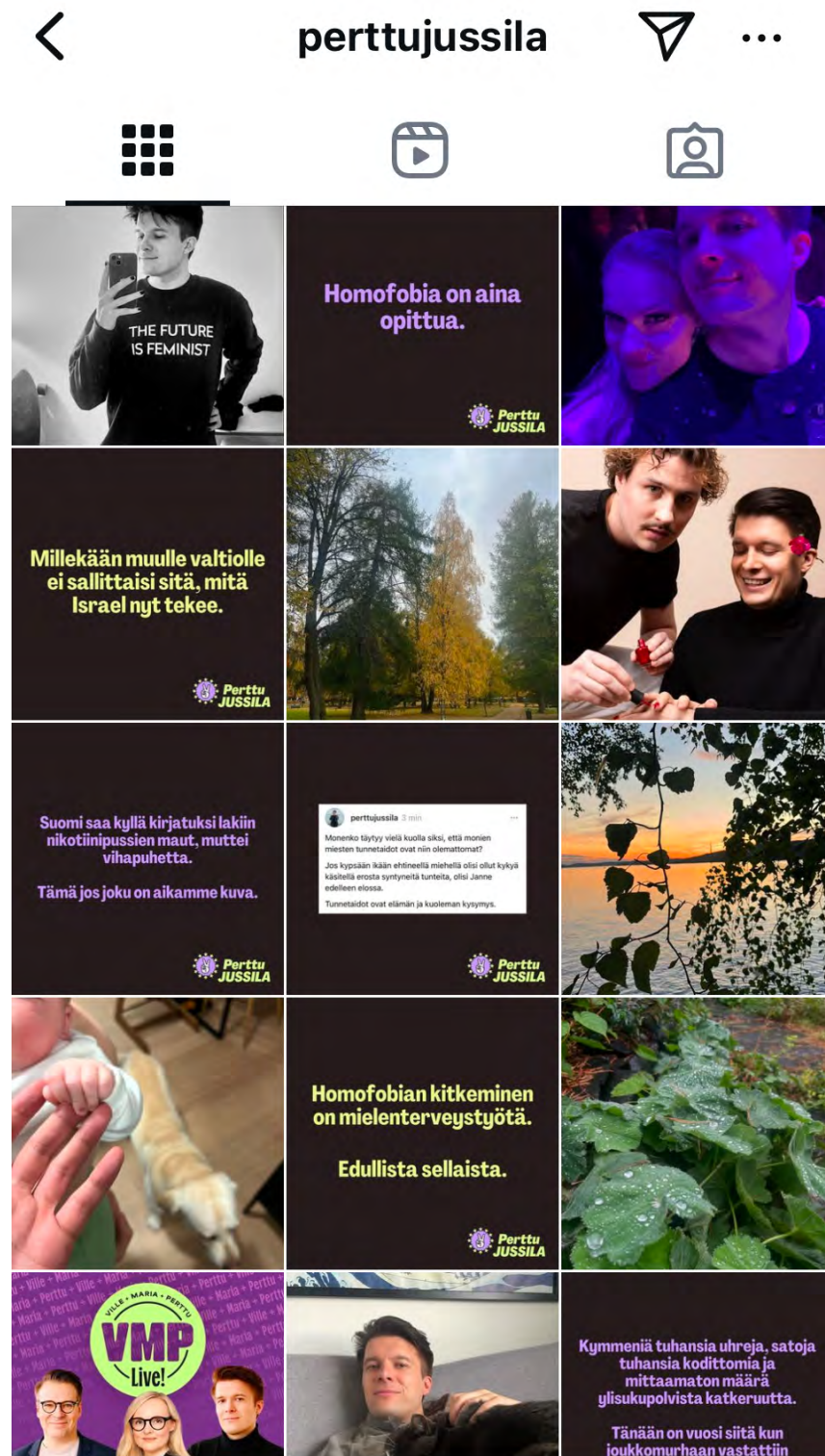
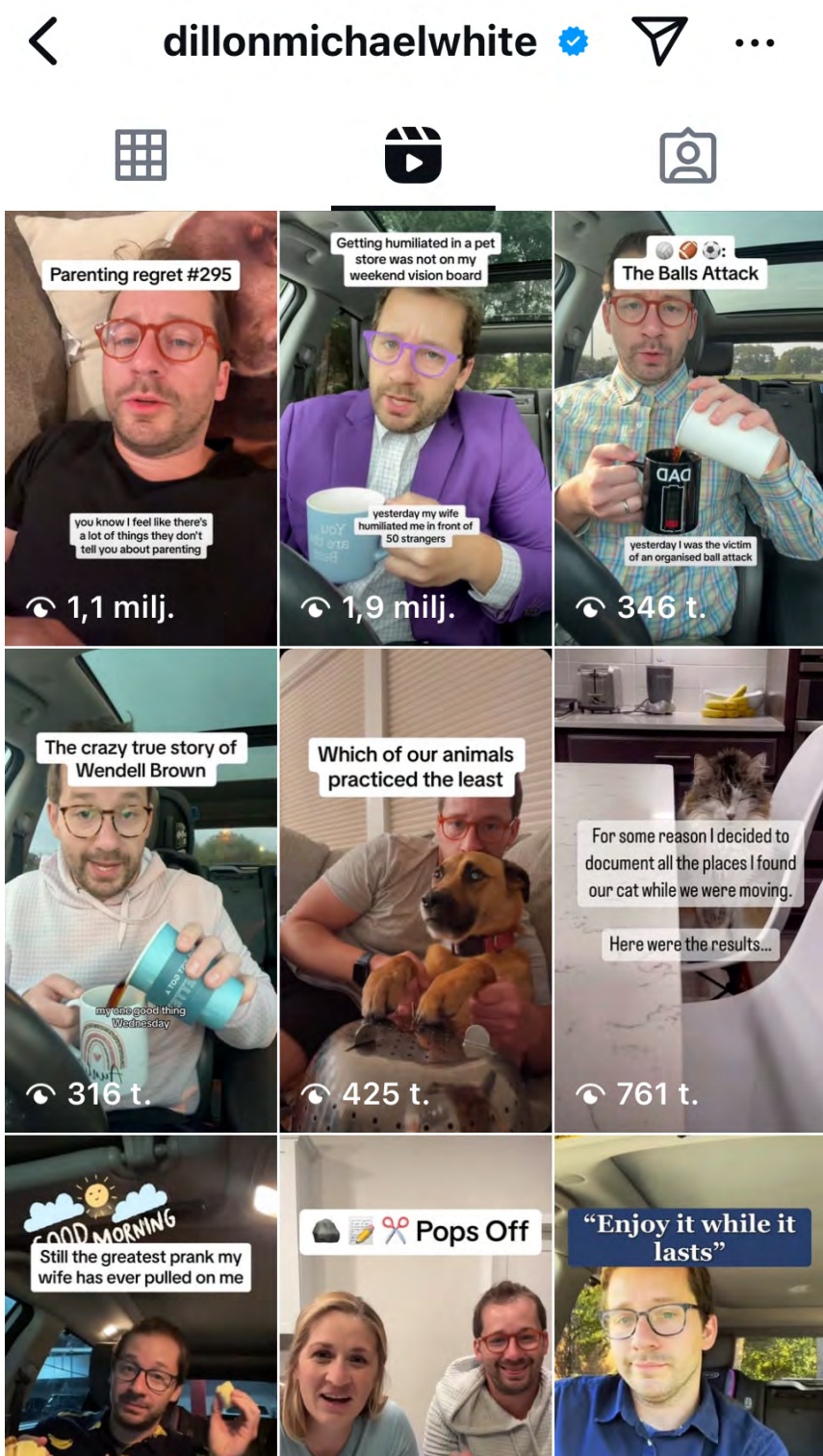


Ask
Chat
GPT

I sell [things you do] to [who you sell]. What kind of images should I produce to my website?



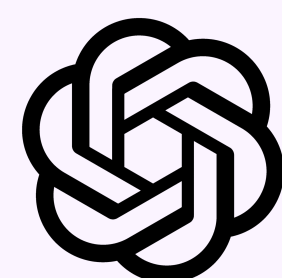
SINUN TYYLISI? / YOUR STYLE?





MYYNÄÄ TUKEVA TEKSTI

- Selkeä hierarkia.
- Tärkein asia alkuun. Vain 20 % selaa pidemmälle!
- Opettele erottamaan informaatioteksti ja tarinallinen teksti.
- Lyhyitä tekstejä. Jaa tekstit 3 – 5 virkkeen kappaleisiin. Testaa mobiililla.
- Vastaa tuotetekstissä asiakkaan pelkoihin, tarpeisiin ja kysymyksiin.
- Korosta hyötyjä, älä pelkästään ominaisuuksia.
- Ohjaa asiakas eteenpäin (CTA). “Tilaa nyt” tai “Lue lisää.”
- Ota SEO huomioon löydettävyyden parantamiseksi.



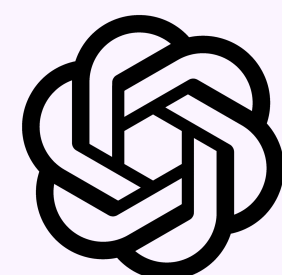
Ask
Chat
GPT

I sell [your product/service] to [your target audience].
Based on the attached text, write a compelling
product description for my website.



TEXTS THAT SELL

- Clear hierarchy.
- Put the most important information first. Only 20% scroll further!
- Learn to distinguish between informational text and storytelling text.
- Keep texts short. Divide them into 3–5 sentence paragraphs. Test on mobile.
- Address the customer's fears, needs, and questions in the product description.
- Emphasize benefits, not just features.
- Guide the customer forward (CTA). "Order now" or "Read more."
- Consider SEO to improve discoverability.



Ask
Chat
GPT

I sell [your product/service] to [your target audience].
Based on the attached text, write a compelling
product description for my website.

Ja viimeisenä tämän tekstin

Luet tämän tekstin ensin

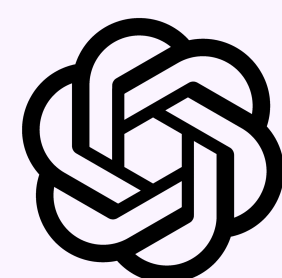
Sitten luet tämän tekstin

Kolmantena tämän tekstin



VIDEO

- Selkeä tavoite
 - Yksinkertainen käsikirjoitus
 - Koukuttava aloitus
 - Sopiva pituus (30 sek – 3 min.)
 - Laadukas kamera
 - Hyvä äänenlaatu
 - Brändinmukaisuus
 - Toimintakehotus (CTA)
 - Tekstitys on suositeltava
- Clear goal
 - Simple script
 - Engaging opening
 - Appropriate length (30 sec – 3 min)
 - High-quality camera
 - Good sound quality
 - Brand consistency
 - Call to action (CTA)
 - Subtitles recommended



Ask
Chat
GPT

Here is a link to my product page: [\[insert link\]](#). Write a compelling script for a 1-minute social media marketing video to drive traffic to my website.



TYÖKALUJA / TOOLS

- Canva – Graafinen suunnittelu / Graphic design
- Captions – Videon editointi ja tekstitys / Video editing and subtitles
- Fiverr – Eri alojen freelance-osaajia / Freelancer services
- ChatGPT – Assistentti, sparraaja / Assistant, coach
- Unsplash – Ilmaisia kuvia ja videoita / Free images and videos
- Pexels – Ilmaisia kuvia ja videoita / Free images and videos
- Seohub.fi – Hyviä SEO-ohjeita / Good SEO tips
- Hotjar – Heatmap omista asiakkaista / Heatmap to your site
- Kysy apua esim. FB-ryhmissä! / Ask for help for example in FB groups

ChatGPT: Aurinkobaletin Hetki tanssien -tuotekortti
ChatGPT: Aurinkobaletti's Hetki tanssien product card

Promptit:

1. Kirjoita tämän tekstin pohjalta houkutteleva tuotekuvaus verkkosivulleni. Keskity innostavaan ja vakuuttavaan kieleen samalla korostaen tarjoamani tuotteen tai palvelun arvoa: (Kopioi tähän alkuperäinen teksti)
2. Selitä, miksi teit muutokset alkuperäiseen tekstiin?

Prompts:

1. Based on the attached text, write a compelling product description for my website. Focus on engaging and persuasive language while highlighting the value of my offering: (Attach the original text here)
2. Explain, why you did the changes to the original text?

Case

Nikkotakko

Katri Juva

Workshop

ESITTELY / INTRODUCTION

Anna ryhmällesi maksimissaan yhden minuutin esittely, jossa kerrot mitä tarjoat, millainen unelma-asiakkaasi on, mistä kanavasta löydät hänet parhaiten?

Give your group a maximum one-minute introduction where you explain what you offer, what does your ideal customer look like, and through which channel can you best reach them?

BRÄNDIELEMENTIT / BRAND ELEMENTS

Tehtävä 1:

Kuvaile brändisi visuaalista maailmaa:
Millaiset värit, tunnelma, valo?

Kirjoita yhden virkkeen slogan tai
pääviesti. (= brändin keskeinen viesti,
lupaus tai arvo.)

Task 1:

Describe the visual world of your brand:
What colors, atmosphere, and lighting
represent it?

Write a one-sentence slogan or key message:
(A promise, or value of your brand.)

SISÄLTÖ / CONTENT

Tehtävä 2:

Listaa sivustosi pysyvät ja muuttuvat sisältötyypit.

Task 2:

List the permanent and dynamic content types on your website.



SISÄLTÖTYYPIT

CONTENT TYPES

Pysyvät sisällöt

Brändikuvat ja -videot
Yhteystiedot, tiimi, arvot, missio jne.
Logo ja muut graafiset elementit
Referenssit

Vaihtuvat sisällöt

Tuotetekstit
Tuotekuvat ja -videot
Kuvituskuvat/fiiliskuvat
Kampanjasisällöt
Blogi/uutiset/ajankohtaista

Static content

Brand images and videos
contacts, team, values, mission etc.
Logo and other graphic elements
References

Changing content

Product texts
Products images and videos
Illustration images and videos
Campaign content
Blog/news/What's new

TOTEUTUS / EXECUTION

Tehtävä 3:

Suunnittele tuotekortti:
Millainen kuva tai video? Mitä tekstissä
kerrotaan? Miten siinä vastataan
asiakkaan tarpeisiin? Mihin ohjataan
(CTA)?

Task 3:

Design a Product Card:
What kind of image or video would you use?
What should the text include? How does it
address the customer's needs? Where does it
direct the customer (CTA)?

WRAP UP

Millaisia oivalluksia sait
kehittämisessä? Heräsikö kysymyksiä,
joihin et ole keksinyt vastausta?

Tehtävä 4:
Keskustele ryhmän kanssa.

What insights did you gain during the
development process? Did any
questions arise that you haven't found
answers to?

Task 4:
Discuss with the group.

WRAP-UP

Mikä on helpointa? / What is easiest?

Katso mallia / “Copy” others

Muista asiakas! / Remember customers!

TURUN TAITEEN TALON PALVELUKAUPPA

Lanseerataan alkuvuodesta 2025.
Koulutus 9.12. klo 12.00–16.00.

Lisätietoa: info@taiteentalo.fi



Euroopan unionin rahoittama –
NextGenerationEU



OPETUS-JA
KULTTUURIMINISTERIÖ

**TAITEEN
TALO**



SELVITYS / SURVEY

| gigle.fi/selvitys

Uutiskirje / newsletter

WWW.GIGLE.FI/UUTISKIRJE



Inkeri Borgman
Hankejohtaja, CEO
inkeri@gigle.fi
044 515 1994



LinkedIn



Salli Raeste
Viestintäjohtaja
salli@gigle.fi
050 324 6768



LinkedIn