



**Yrityksen taustamusiikkisuunnittelun**

**A B C**

# Taustamusiikki

luo lukuisia mahdollisuuksia liiketoiminnan kehittämiseen. Asiakkaiden tuntemalla, huolellisesti valitulla musiikilla on suuri vaikutus asiakaskokemukseen ja yrityksestä syntyvään mielikuvaan. Brändiin sopiva taustamusiikki auttaa erottumaan kilpailusta ja se lisää myös tutkitusti myyntiä! Taustamusiikki kannattaakin suunnitella huolellisesti, jotta yritys saa siitä kaiken potentiaalin hyödynnettyä.

Tämä materiaali on tarkoitettu oppaaksi yrityksen taustamusiikkisuunnitteluun - täältä löydät vastauksen siihen, mitä olisi hyvä ottaa huomioon taustamusiikin suunnittelussa ja millaisia tuloksia taustamusiikilla on mahdollista saada aikaan. Toivomme, että opas auttaa sinua hahmottamaan äänenkäytön eri ulottuvuudet sekä luo uusia ideoita ja ajatuksia taustamusiikin hyödyntämiseen.

## Autamme mielellämme

kaikissa taustamusiikkiin ja sen hyödyntämiseen liittyvissä kysymyksissä!

### Sisällysluettelo

- Strategiasta audiostrategiaan **3**
- Mistä audiostrategia rakentuu? **3**
- Audionkäytön manuaali - Miltä yrityksesi kuulostaa? **4**
- Taustamusiikki osana äänibrändiä **5**
- Taustamusiikin tavoitteet **5**
- Suunnittelusta käytäntöön **7**
- Musiikkilähde **7**
- Taustamusiikin budjetti **8**
- Taustamusiikin kehitystyö ja tutkiminen **9**
- Kaipaatko apua taustamusiikkiasioissa **9**





# Strategiasta audiostrategiaan

Jokaisella yrityksellä on tarkoin mietitty strategia, joka yksinkertaistettuna vastaa kysymykseen, miten yrityksen määrittelemiін tavoitteisiin päästään. Strategian tulisi ohjata yrityksen kaikkia toimia. Yrityksellä voi olla myös brändistrategia, joka taas on sujuvampi tapa kommunikoida strategiaa niin yrityksen asiakkaille, kuin myös henkilökunnalle. Näistä suunnitelmista voidaan rakentaa yrityksen audiostrategia.

Audiostrategia vastaa siihen, miten ja millä keinoin äänellä ja musiikilla voidaan tukea strategisia tavoitteita. Audion rooli jää usein yrityksiltä miettimättä, vaikka todellisuudessa jokainen yritys käyttää ääntä - tavalla tai toisella, esimerkiksi puheessa, esityksissä, mainonnassa, kuulutuksissa, tehosteäänänenä tai taustamusiikkina.

Audionkäytön suunnittelu on äärimmäisen tärkeää, jotta audiosta saataisiin kaikki potentiaali hyödynnettyä ja jotta, ja jotta, käytännön toteutus olisi mahdollisimman suoraviivaista.

**Perehdytään seuraavaksi siihen, mitä kaikkea audiostrategia pitää sisällään!**

## Mistä audiostrategia rakentuu?

Hyvin suunnitellun audiostrategian avulla brändin viesti vahvistuu moninkertaisesti. Huolellisesti suunniteltu audionkäyttö auttaa luomaan tunnesidettä asiakkaaseen, luo haluttuja mielikuvia ja erottaa kilpailusta.

Audio on vielä monille brändeille käyttämätön voimavara, vaikka audio on tutkimuksen mukaan tärkein brändin elementti, joka vahvistaa brändin asemaa. Äänen avulla on siis suuri potentiaali erottaa kilpailusta!

Sen lisäksi, että yrityksillä on tunnistettava visuaalinen identiteetti, pitäisi niiden myös kuulostaa omalta, uniikilta itseltään.

Audiostrategiassa yritys suunnitelmallisesti hyödyntää ääntä brändi-identiteetin vahvistamiseen, erottautumiseen ja onnistuneeseen viestintään sekä vahvistaa tunnesidettä brändiin. Brändin ja äänen suunnittelua sekä tavoitteellista synergiaa kutsutaan usein äänibrändäykseksi.

Äänibrändäyksen tavoitteena on luoda yritykselle oma uniikki äänimaailma, josta yritys tunnistetaan. Aivan kuten strategiaa, tulisi myös audiostrategiaa päivittää ja kehittää vähintään vuosittain. Suunniteltua ääntä, kuten äänilogoa tai jingleä voidaan puolestaan

tapauskohtaisesti käyttää jopa vuosia. Hyvänä esimerkkinä vuosia käytetystä tunnusmusiikista toimii Fazerin suklaan tunnusmusiikki (alkuperäisesti Katri Helenan laulama), jota on muokattu vuosien varrella aikakauteen sopivaksi.

Äänibrändäys pitää sisällään kaiken äänenkäyttöön liittyvän, kuten henkilökunnan äänen, puhelinpalveluiden jonotusäänen, yrityksen tuoteäänen, markkinoinnissa käytettävä äänen (messut, radio, tv, podcast, internet), asiakastilojen taustamusiikin, yritystilaisuuksissa käytettävän äänen ja yrityksen eri tilojen äänen. Taustamusiikki on siis osa tätä ulottuvuutta.

## Audionkäytön manuaali

### - Miltä yrityksesi kuulostaa?

Audiostrategian tueksi olisi hyvä tehdä ohjeistus eli audionkäytön manuaali (vrt. visuaalinen ohjeistus), johon henkilökunnalla on aina helppo palata tarpeen vaatiessa.

Visuaalisen ohjeistuksen tavoin, tulisi myös ääniohjeistus olla avattuna auki kirjalliseen muotoon - näin varmistetaan yrityksen yhtenäinen äänenkäyttö. Ääniohjeistus sisältää kaikki säännöt, jotka määrittelevät yrityksen äänibrändin - millainen soundi ja tempo, melodia, harmonia ja moodi - miltä yritys kuulostaa? Ohjeistus myös sisältää kaikki kanavat, jossa ääntä käytetään, yhteistyökumppanit, lupa-asiat, sisäisen prosessin, palautteiden keräämisen ja niiden läpikäynnin sekä kehitystyön.

Näillä toiminnoilla varmistetaan, että yritys kuulostaa juuri siltä miltä pitääkin kaikissa kohtaamispisteissä.





# Taustamusiikki osana äänibrändiä

Taustamusiikki on yksi tärkeimmistä ja vaikuttavimmista osista äänibrändäystä.

Huolella valittu taustamusiikki auttaa yritystä erottautumaan ja jäämään asiakkaiden mieleen. Kun osa asiainnista siirtyy kiihtyvällä tahdilla verkkoon, käy kilpailu kivijalka-asiakkaiden huomiosta entistä kovemaksi – ja musiikilla on valtava mahdollisuus kehittää myymälässä käyvän asiakkaan asiakaskokemusta.

Tutkimusyhtiö Kantar teki vuosina 2019 ja 2020 ainutlaatuisen tutkimuksen, josta selvisi, että tunnettu taustamusiikki:

- **Lisäsi viihtyvyyttä**  
Yli 70 % vastaajista arvioi ostokokemuksensa erinomaiseksi tai erittäin hyväksi tunnetun musiikin soidessa.
- **Lisäsi myyntiä**  
25 % ostokokemuksensa erinomaiseksi arvioineista osti suunniteltua enemmän (vrt. ei-tunnettu musiikki)
- **Pidensi osastolla vietettyä aikaa**
- **Vahvisti brändiä ja auttoi erottumaan kilpailusta**

Tutustu tutkimusyhtiö Kantarin tutkimukseen

Tutkimuksesta myös selvisi, että parhaimmillaan taustamusiikki vaikuttaa taustalla ilman, että ihminen rationaalisella tasolla edes tiedostaa tai havaitsee asiaa.

## Taustamusiikin tavoitteet

### Mitä taustamusiikilla halutaan saada aikaan?

Taustamusiikin suunnittelussa on hyvä ottaa huomioon, mitä taustamusiikilla tavoitellaan ja millainen tunnelma taustamusiikilla halutaan luoda, jotta se tukisi tavoitteita parhaalla mahdollisella tavalla.

Taustamusiikilla voi ohjata asiakkaita tekemään erilaisia asioita: ostamaan enemmän, viiptymään pitempään tai lyhyemmän aikaa, rauhoittumaan jonkin asian äärelle, keskittymään, muistamaan yrityksen, viihtymään.

Ota huomioon myös tunnetila, jossa asiakas todennäköisimmin asioi, ja miten musiikki voi parantaa asiakaskokemusta sen kautta:

- **Odotushuone** - jännityksen lievittäminen
- **Apteekki, pankki** – yksityisyyden tarjoaminen
- **Jonotustilanne** – ärsyyntyneisyyden vähentäminen

- **Kuntosali** – treenifiloksen lisääminen ja tsemppaus
- **Kauneushoitola tai hieronta** - rentoutuminen
- **Vaateliike** - merkkiuskollisuuden lisääminen ja yhteenkuuluvuuden tunne
- **Ravintola tai kahvila** - viihtyisyyden lisääminen ja taustäänien peittäminen

Myös eri kohderyhmät, vuorokaudenajat ja sesongit kannattaa huomioida taustamusiikissa, sillä ne vaikuttavat asiakkaiden aikeisiin ja tarpeisiin. Maanantaiaamuisin asiakkaiden fiilis on erilainen kuin perjantai-iltapäivisin – ja sen on hyvä kuulua myös taustamusiikissa. Lisäksi tunnistettujen pääkohderyhmien mieltymykset tulee näkyä soittolistojen painopisteinä - vaikka kohderyhmiä olisi useita.

Asiakkaiden tuntemalla, huolellisesti valitulla ja brändiin sopivalla musiikilla on suuri vaikutus asiakaskokemukseen ja yrityksestä syntyvään mielikuvaan.

Musiikilla voit luoda positiivista muutosta myös henkilökuntaan, joka kuuntelee musiikkia parhaimmillaan jopa 8 tuntia päivässä. Jos samat kappaleet toistuvat liian usein ja musiikki ei ole missään määrin tunnettua, musiikki voi kääntyä itseään vastaan ja alkaa innostamisen sijaan ärsyttämään. Innostunut ja hyvinvoiva henkilökunta palvelee paremmin asiakkaita ja tuo pitkässä juoksussa myös lisää tulosta yritykselle. Sen lisäksi henkilökunnan hyvä fiilis tarttuu usein myös asiakkaisiin.

Tunnettu musiikki luo tutkitusti laadukasta mielikuvaa ja saa niin asiakkaat kuin henkilökunnankin innostumaan. Kun taustamusiikki on lisäksi valittu yrityksen toivottua mielikuvaa silmällä pitäen, kasvaa musiikin positiivinen vaikutus entisestään:

Soundtrack Your Brandin ja Gantin tutkimus



# Suunnittelusta käytäntöön:

## Äänentoiston suunnittelu ja hankkiminen

Taustamusiikki toimii parhaiten silloin, kun äänenvoimakkuus on oikea ja äänentoisto rakennettu ja suunnattu tilan erityispiirteet huomioiden. Laadukas äänentoistojärjestelmä takaa hyvän äänenlaadun ja sen, että musiikki ohjautuu juuri sinne, jonne sitä halutaan.

Äänentoiston suunnittelu kannattaa antaa ammattilaisen tehtäväksi – silloin budjetti, reunaehdot ja tavoitteet saadaan toimimaan parhaiten yhteen.

- Tarvittavaan äänentoistolaitteistoon vaikuttavat mm. tilan koko, pohjakuva, rakenteet ja pintamateriaalit: miten ääni kulkee tilassa ja onko tiloja esim. tarve erottaa toisistaan.
- Äänentoistopäätösten yhteydessä on syytä myös selvittää tilan mahdolliset tulevat remontit tai tilan muutoksiin liittyvät reunaehdot ja rajoitukset.
- Kannattaa myös miettiä, mihin äänentoistolaitteistoa käytetään taustamusiikin soittamisen lisäksi: hyödynnetäänkö sitä tilassa järjestettävissä tilaisuuksissa tai esimerkiksi äänimainonnan ajamiseen.
- Ostos- ja kauppakeskuksissa toimivissa yrityksissä kannattaa äänentoistoon kiinnittää erityistä huomiota. Laadukkailla laitteilla ja äänentoiston fiksulla suuntaamisella voi blokata esimerkiksi käytäviltä kuuluvaa hälyä ja muuta äänimaisemaa.
- Muista myös henkilökunnan koulutus. On tärkeää, että henkilökunnalla on tieto musiikin arvosta, mutta myös siitä, kuinka musiikkia käytetään yrityksessä.

## Musiikkilähde

### - mistä taustamusiikkia kannattaa soittaa?

Yrityksen omat soittolistat edellyttävät yrityskäyttöön sopivan suoratoistopalvelun käyttöä.

Soittolistapalveluiden paras puoli on se, että soittolistojen tekemisestä ja päivittämisestä vastaavat ammattilaiset, eikä kukaan pääse lisäämään soittolistalle kappaleita, jotka eivät sinne kuulu.

Suoratoistopalveluita tarjoavat yritykset auttavat myös taustamusiikkiin liittyvien tavoitteiden ja musiikkiprofiilin määrittelyssä. Kumppanin avulla varmistatkin, että tilassa soitettava musiikki tukee taatusti yrityksesi tavoitteita. Moni kumppani auttaa tarvittaessa myös ääni- ja myymälämainonnan tarpeissa.



**Musiikkilupa oikeuttaa myös radion soittamiseen yrityksessä. Radioaseman musiikkiprofiliin, ohjelmistoon tai esimerkiksi samojen kappaleiden toistumiseen ei kuitenkaan voi vaikuttaa.**

Kattavan listan eri toimialoille sopivista musiikkipalveluista löydät täältä

## Taustamusiikin budjetti

Taustamusiikin käyttöönoton kustannuksiin vaikuttavat valittava yhteistyökumppani eli suoratoisto- tai taustamusiikkipalvelu, äänentoistojärjestelmä ja tarvittava musiikkilupa.

Kannattaa myös muistaa, että hyvin suunniteltu taustamusiikki on valtava tuki yrityksen liiketoiminnalle ja maksaa itsensä joka kuukausi takaisin.

Äänentoiston suunnittelu kannattaa antaa ammattilaisen tehtäväksi – silloin budjetti, reunaehdot ja tavoitteet saadaan toimimaan parhaiten yhteen.

- Musiikkikumppanin hintaan vaikuttavat mm. myymälöiden määrä, soittolistojen päivitysrytmi ja se, halutaanko mukaan ääni- tai myymälämainonnan ominaisuuksia.
- Tyypillinen suoratoistopalvelun ja siihen liittyvien soittolistojen hinta on noin 59-75 € /kk. Osa kumppaneista tarjoaa valmiin järjestelmän, jossa musiikin soittamiseen tarvittava laite sisältyy kuukausihintaan. Osa palveluista taas edellyttää tietokoneen tai esim. tabletin käyttöä.
- Äänentoistojärjestelmällä on suuri vaikutus budjettiin. Se kannattaa kuitenkin ajatella investointina, joka palvelee yritystä usean vuoden ajan.
- Musiikkilupa tarvitaan aina, kun musiikkia soitetaan julkisesti. Taustamusiikkiluvan hinta määräytyy tilan koon ja yrityksen toimialan mukaan. Musiikkilupa on yritykselle verovähennyskelpoinen kulu.



# Taustamusiikin kehitystyö ja tutkiminen

Taustamusiikkia kannattaa kehittää jatkuvasti, aivan kuten muitakin yrityksen toimia. Asiakkailta tulleita palautteita kannattaakin kuunnella tarkalla korvalla. Yritys voi myös erilaisten kyselyiden ja tutkimusten kautta saada yhä syvempää analyysiä siitä, mihin suuntaan taustamusiikkia kannattaa lähteä toteuttamaan.

Tutkimuksissa kannattaa ottaa huomioon se, että paras tapa taustamusiikin vaikutuksen tutkimiseen ovat tunnepohjaiset tutkimukset, sillä suuri osa kuluttajista ei tietoisesti osaa arvioida taustamusiikin vaikutuksia.

## Kaipaatko apua taustamusiikkiasioissa?

Tai keskustella taustamusiikkiin liittyvästä tutkimuksesta tai pilotista?

Me musiikkiluvilla autamme kaikenkokoisia, kaikkien alojen yrityksiä hyödyntämään tunnettua musiikkia omassa liiketoiminnassaan.

Autamme taustamusiikin käyttöönotossa ja toteutamme myös pilotteja tutkimushankkeita yrityksille, jotka haluavat saada musiikista hyötyä bisnekselleen.

## Joonas Piironen

Avainasiakaspäällikkö, musiikin käytön edistäjä

050 557 9028

Varaa puhelu-aika

Tutustu myös asiakkaidemme kokemuksiin:

**K-market** Östersundom soittaa musiikkia tavalla, joka erottuu

Soivat kuljetusrobotit ilahduttavat **S-ryhmän** ruoan verkkokaupan asiakkaita

Musiikki rauhoittaa odotustilannetta **Eläinsairaala Evidensia** Tammistossa

