



Kiinteistönomistajat



Liiketilän omistajat



Toimitilavälittäjät



Liiketilän käyttäjät

KIVIJALAN PAREMPI SAAVUTETTAVUUS DIKKA-MALLILLA





Kiinteistönomistajat



Liiketilän omistajat



Toimitilavälittäjät



Liiketilän käyttäjät



Kuva: House Lahti

Mikä Dikkaa-malli on?

Dikkaa-malli on toimintatapa kivijalan paremman saavutettavuuden edistämiseksi. Malli tarjoaa oivalluksia ja käytännöllisiä ehdotuksia, miten kiinteistöjen ja liiketilojen omistajat sekä toimitilavälittäjät voivat esimerkiksi digitalisaation keinoin ja erilaisin älykkäin ratkaisuin vauhdittaa kivijalan saavutettavuutta ja sen myötä parantaa kaupungin keskustan elinvoimaa. Mallin pilottikohteena on ollut Lahden kaupungin ydinkeskusta, mutta mallin ehdotuksia ja vinkkejä voi hyödyntää kivijalan saavutettavuuden parantamiseen myös muualla.

Kenelle se on tarkoitettu?

Dikkaa-malli on suunnattu kiinteistöjen omistajille, liiketilojen omistajille, toimitilavälittäjille. Välillisesti se palvelee myös erilaisia tilojen käyttäjiä, sekä tarjoaa esimerkiksi kaupunkien sijoittumismarkkinoille näkökulmia keskustan kivijalkatilojen mahdollisuuksiin.

Ketkä ovat tekijät?

Dikkaa-malli on kehitetty Digitaalisuus keskustan kivijalkaliiketilöiden tulevaisuuden elinvoiman määrittäjänä korona-ajan jälkeen -hankkeessa, jota ovat toteuttaneet LUT-yliopisto, LAB-ammattikorkeakoulu ja Lahti City ry. Hankkeessa on hyödynnetty erilaisia digitaalisia ratkaisuja kysynnän ja tarjonnan kohtauttamiseen ja sitä kautta pyritty nopeuttamaan tyhjien kivijalkaliiketilöiden uudelleen käyttöönottoa.

Hanketta on rahoitettu osana Euroopan unionin Covid-19 pandemian johdosta rahoittamia toimia (React EU).

SISÄLLYS

4 Kiinteistönomistajat

- 5 Kiinteistönomistajien tärkeä rooli
- 8 Kivijalan tulevaisuuden mahdollisuudet
- 10 Digitaaliset työkalut

13 Liiketilän omistajat

- 14 Liiketilöjen tärkeä rooli
- 16 Liiketilän käyttömahdollisuudet
- 18 Liiketilän markkinointi

20 Toimitilavälittäjät

- 21 Asiakkaan kulkema polku
- 23 Parempi asiakaskokemus
- 25 Digitaaliset työkalut

29 Liiketilän käyttäjät

- 30 Lyhytaikaiskäyttäjät
- 32 Pitkäaikaiskäyttäjät
- 33 Muut käyttäjät

Julkaisun kirjoittajat: Parjanen, S., Laakso, H., Rantala, T., Wirtanen, P., Ikävalko, S., Partanen, H. ja Autio, J.
Sarja: LUT Scientific and Expertise Publications / Raportit ja selvitykset – Reports ISSN-L 2243-3384, ISSN 2243-3384
Järjestysnumero sarjassa: 122 **Sähköinen julkaisu ISBN:** 978-952-335-951-2
Graafinen suunnittelu ja taitto Ankara Design / Anna Aalto
Lahti, 2023



Kiinteistönomistajat



Liiketilän omistajat



Toimitilavälittäjät



Liiketilän käyttäjät



KIINTEISTÖNOMISTAJAT

Kiinteistön-
omistajien
tärkeä rooli

Kivijalan
tulevaisuuden
mahdollisuudet

Digitaaliset
työkalut



KIINTEISTÖNOMISTAJIEN TÄRKEÄ ROOLI



Kuva: JOA Photography



Kuva: House Lahti

Kiinteistöt mukana muutoksessa

Keskustat ovat kaupungin kasvot ja kivijalat kiinteistöjen käyntikortteja. Mitä mahdollisuuksia me luomme keskustassa toimimiselle, olemiselle ja asumiselle, on paljolti riippuvainen kiinteistöistä ja liiketilanomistajista, ja heidän kehittämisen tahtotilastaan.

Kaupunkikeskustat elävät suurta murrosta. Myös kiinteistöjen ja liiketilojen omistajien kannattaa olla hereillä muutoksessa ja valmiita muuttamaan omaa ajatteluaan ja kulttuuriaan, jotta keskustat säilyisivät elinvoimaisina.



Kuva: House Lahti



Kuva: JOA Photography

Kiinteistönomistajat hallitsevat keskustaa ja kivijalkatiloja

Kiinteistönomistajat tekevät kivijalan tulevaisuuteen vaikuttavia päätöksiä. Näitä ovat esimerkiksi hoitokulut, vastikkeet, käyttötarkoituksen muutokset, digitaaliset käyttömahdollisuudet, teknologia, talotekniikka. Päätökset vaikuttavat myös siihen, minkälaisia toimijoita kivijalkaan tulee.

Koska kiinteistöt hallitsevat merkittävää osaa kaupunkikeskustasta, kaupungin ja kiinteistöjen välinen sekä kiinteistöjen keskinäinen yhteistyö on tärkeää.

Kiinteistöt muodostavat ison osan kaupunkien ilmeestä. Kun puhutaan, miltä kaupunki näyttää, onko se hiljainen vai eloisa, tarkoitetaan katutilan, puistojen ja torien lisäksi kiinteistömassaa. Kiinteistöt ovat keskustan pysyvimpiä elementtejä. Ne ovat kiintopisteitä ja maamerkkejä vuosikymmenestä toiseen, ne luovat tunnelmaa ja muistoja; niissä asuu ihmisiä, käydään kauppaa, järjestetään tapahtumia, istutaan kahvilla.

Tämän päivän päätöksillä valmistaudutaan tulevaisuuteen

Kiinteistöomistajat ovat merkittäviä vaikuttajia: heidän vastuullaan on kiinteistön kunnossapito ja arvon säilyminen tänään mutta myös tulevaisuudessa. Kiinteistöt antavat ilmettä ympäristölleen, kivijalkakaupat ja -palvelut tuovat kulkijoita kadulle ja elinvoimaa kaupunkiin.



Tulevaisuudessa kiinteistöjen tuloksen tekeminen edellyttää keskustan kivijalkaan entistä monipuolisempaa käyttöä, esimerkiksi pop up -toimintaa, taidetapahtumia ja yhteisöllisiä työtiloja. Tilojen yhteiskäyttö lisääntyy, sama tila voi eri vuorokaudenaikoina tarjota mahdollisuuden erilaisille toiminnolle, tai siinä voi olla yhtäaikaisesti monta eri alan toimijaa, jotka tekevät yhteistyötä, täydentävät toistensa toimintoja – tai sitten eivät. Nämä kaikki edellyttävät uudenlaista osaaamista välittää tilaa sekä miettiä tilan toimivuutta ja sen suhdetta ympäristöönsä.

Riittävätkö tämän päivän keinot tulevaisuuden tarpeisiin? Onko olemassa joustavia sopimusmalleja erilaisille käyttäjille, hyödynnetäänkö digitaalisia työkaluja? Ovatko kiinteistönomistajat valmiita yhteistyöhön hyvin monenlaisten toimijoiden kanssa, että kivijalkatilasta saadaan se hyöty, jonka kiinteistö tarvitsee? Tiedostavatko kiinteistönomistajat olevansa vaikuttajia?

Kivijalka kertoo arvokasta tarinaa

Parhaimmillaan kivijalassa oleva kauppa tai ravintola on maamerkki, kohtaamispaikka, josta alue tunnetaan. Lahdessa vanhempi väki sopii tapaamisia Olavissa ja Seurahuoneella tai ostaa kengät Monoselta miettimättä sen tarkemmin katuosoitteita. Mitkä kadunkulmat tai kivijalkaliikkeet keskustassa muodostavat tämän päivän nuorisolle sukupolvikokeuksia, mitkä paikat tunnetaan omiksi ilman osoitettakin?

Kivijalka luo identiteettiä kaupungille. Tarinoita, joita toistetaan vielä pitkään senkin jälkeen, kun taloa tai kivijalkaliikettä

ei enää ole olemassakaan. Kaupungin elinvoima, sen taloudelliset, ympäristölliset ja sosiaaliset arvot tulevat näkyviksi myös kiinteistöissä ja niiden kivijalassa.

Hyvin hoidettu kiinteistö ja sen kiinnostava kivijalka nostavat alueen kiinnostavuutta. Tallinnassa vanhat, kunnostetut kiinteistöt ja niihin tulleet käsityöpuodit, kahvilat ja vaatekaupat kutsuvat kaupunkilaisia ja innokkaita matkailijoita ja antavat pitäjilleen elannon. Omistajat ovat nähneet kiinteistön mahdollisuutena parantaa alueensa vetovoimaa. Miten tämä voisi toimia myös meillä?



Kuva: JOA Photography



KIVIJALAN TULEVAISUUDEN MAHDOLLISUUDET



Kuva: JOA Photography

Perinteinen kivijalkaliike, monikanavaista käyttöä

Tulevaisuudessa kivijalka toimii tuotteiden ja palvelujen fyysisenä myyntiympäristönä, verkkokaupasta tilattujen tuotteiden noutopisteenä ja erilaisten toimijoiden kohtaamispaikkana. Kaupungin tarinaa ja mainetta vahvistavat pitkään samalla paikalla toimivat, kestäviä ja vastuullisia tuotteita ja palveluita tarjoavat kivijalkaliikkeet. Ne rakentavat jatku-moa, luovat uusia tarinoita ja tuovat yhä uusia kävijöitä. Ne antavat kiinteistölle ilmettä, ja tuovat säännöllistä tuloa, mikä mahdollistaa kiinteistön pitkäjänteisen kehittämisen.

Kaikenlaisia toimijoita tarvitaan keskustan elinvoimaisuuden takaamiseksi. Pitkäaikaiskäyttö turvaa kiinteistön tulovirtaa, jolloin erilaiset lyhytaikaiset ja tilapäiset kokeilut ovat mahdollisia. Kokeilut, pop up -toiminta, taiteilijoiden performanssit ja näyttelyt taas tuovat eloisuutta ja vaihtelua kivijalan perinteisten liikkeiden rinnalle.

Lyhytaikaisen ja tilapäisen käytön avulla tilan mahdollisuudet esiin

Pidempiaikaista vuokralaista odotellessa yksi vaihtoehto on kivijalan lyhytaikainen tai tilapäinen käyttö, joita kiinteistöissä on usein vieroksuttu mm. niiden työläyden takia. Esimerkit Suomesta ja kansainvälisesti kuitenkin osoittavat, että kun tila on aktiivinen, se houkuttelee kulkijoita sekä lisää kiinnostusta alueeseen ja sen kiinteistöihin.

Monenlaiset kampanjat, tapahtumat ja niihin liittyvät väliaikaiset myyntipisteet, pop up -kauppa, myyjäiset, vaalitoimistot, tilapäisesti väistötiloissa toimivat palvelut, nuorten työllistämiskokeilut, taide ja kulttuuri etsivät tiloja oman toimintansa esille tuomiseen. Lyhytaikais- ja tilapäiskäytön avulla voidaan tuoda esiin tilan mahdollisuuksia ja näin lisätä käyttäjien kiinnostusta.

Kivijalasta pitää luonnollisesti saada tuloja. Sopimusneuvotteluissa voi tuoda esiin ratkaisuja, jotka helpottavat sekä vuokralaisen että omistajan taakkaa: Kun vuokralainen hoitaa esimerkiksi tilan käyttöönotto- ja huolehtimisen tai jostakin kiinteistölle yleensä kuuluvasta, tämä voidaan ottaa huomioon vuokran hintaa määriteltäessä. Hinnoittelua voisi miettiä myös vaikkapa kiinteiden kulujen perusteella tai toteutuneen myynnin tai liikevaihdon prosenttien perusteella. Sopimukseen voi myös lisätä lausekkeen lyhytaikaissopimuksen päättymisestä x-ajan kuluessa, mikäli tila tarvitaan pitkäaikaiselle vuokralaiselle.

Monimuotoista kaupallista ja ei-kaupallista käyttöä

Kivijalka on sisätila, ikkuna, osa kiinteistön julkisivua. Se on ovi kiinteistöön, se mahdollistaa erilaisen tarjonnan, yksilöllisen ilmeen, vaihtelevan kuvakavalkadin kadun kulkijalle ja luo kaupunkikokemusta. Erinomainen mahdollisuus elävöittää kivijalan kautta katutilaa on tuoda ikkunoihin tekniikkaa ja liikkuvan kuvan toistojärjestelmää. Samalla omistajille kertyy arvokasta dataa ikkunan äärelle pysähtyneiden määrästä, tieto QR-koodin ladanneiden määrästä ja kellonajasta milloin

lataus on tapahtunut – toisin sanoen kiinnostuksesta tilaan ja sen sisällä olevaan toimintaan.

Jos tilassa on väliaikaista käyttöä, vaikkapa jokin kulttuuri-tapahtuma, voidaan tarkastella sitä, miten tilassa liikutaan, miten tilan käyttö on suunniteltu, miten valaistus tukee toimintaa ja miten toiminta vilkastuttaa katua ja kiinteistöä. Myös varastotiloja ja muita hankalasti vuokrattavia tiloja voi elävöittää taiteen ja erilaisten performanssien avulla. Taide itsessään kertoo aktiivisesta tilasta, tuo liikkujia kadulle, ja antaa kuvan siitä, että jotakin tapahtuu.

Arvo liiketilän omistajalle on se, että monimuotoinen käyttö tukee tilan markkinointia: Omistaja saa omat tietonsa esille ja samalla käyttäjä on linkki omistajaan.



Kuva: JOA Photography

DIGITAALISET TYÖKALUT



Kuva: JOA Photography

Älylukituksella tilan käyttö joustavammaksi

Älylukitus tuo turvaa, pystytään seuraamaan, kuka tilassa milloinkin liikkuu. Käyttäjistä jää jälki, sillä tilaan voi jakaa pääsyoikeuden tietylle ajalle tai vaikka yhtä kertaa varten. Älylukitus mahdollistaa tilan lukkojen hallinnan ilman avaimia, kulkukoodilla, ovitunnisteella, älysovelluksin puhelimella tai jopa sormenjäljellä. Näin ei tarvitse vuokralaisten vaihtuessa tarvitse miettiä, kuinka monta avainkopiota on teillä tietyillä.

Älylukituksesta löytyy tietoja valmistajien nettisivuilta. Siellä kerrotaan hinnan lisäksi lukon ominaisuuksista ja siitä minkäläinen lukitus sopii haluttuun oveen. Myös lukkoliikkeet neuvovat, millaisia uusia lukkoratkaisuja ja niiden ohjaustapoja on saatavilla, ja miten vanhan lukituksen voi vaihtaa älyversion.

Sähköinen tilavarausjärjestelmä ja operaattoritoiminta

Jos kivijalkatilaan tulee usean käyttäjän eriaikaisuuteen perustuvaa toimintaa, yksi vaihtoehto on hankkia sähköinen varausjärjestelmä. Parhaimmissa järjestelmissä voi suojatussa verkossa 24/7 toimivaan reaaliaikaiseen varausjärjestelmään yhdistää kulunhallinnan ja -valvonnan ja maksujen tekemisen, jolloin ei tarvita asiakaspalvelijaa. Järjestelmä luo käyttäjätunnuksen, minkä vuoksi käyttäjä pystytään tunnistamaan, ja hänestä jää sähköinen jälki. Järjestelmiä on markkinoilla monta, hakusanalla ”sähköinen tilavarausjärjestelmä” saa useita osumia.



Jos samalla omistajalla/isännöintitoimistolla on hallinnoitavaan useiden kiinteistöjen kivijalkatiloja, yksi mahdollisuus olisi harkita tilavarausten yhteistä operaattoria, jonka toimenkuvaan voisi sisällyttää huoltokutsut, viestinnän asiakkaiden suuntaan ja yhteydenpidon isännöitsijään. Operaattori voisi myös hoitaa tilojen esittelyt, sopimukset, mahdollisten remontointien ja korjaustarpeiden alkuselvitykset, ja näin vapauttaa isännöitsijän aikaa muuhun.

Tulevaisuudessa mobiili löytää ja maksaa tilan

Tulevaisuudessa mobiilikäyttö lisääntyy kasvavassa määrin myös vapaiden liiketilojen kartoittamisessa. Mobiilisovelluksia hyödyntämällä tiloista kiinnostuneiden käyttäjien on mahdollisuus etsiä ja kartoittaa vapaina olevia tiloja erilaisiin tarpeisiin, esimerkiksi lyhyeen työskentelyyn, kokousten järjestämiseen, tilapäiskäyttöön sekä myös pidempiaikaiseen tarpeeseen.

Mobiilisovellukset sekä mahdollisuuksien mukaan myös erilaiset kaupunki-infrat tuovat käyttäjille näkyviin vapaana olevia tilamahdollisuuksia erilaisiin käyttötarkoituksiin. Samalla käyttäjän on mahdollista varata tarvitsemansa tila mobiilisovelluksen avulla. Mobiilisovelluksella käytettävän varausjärjestelmän ja mahdollisesti myös tarjolla olevan älylukitusjärjestelmän lisäksi käyttäjän on mahdollista samalla kertaa maksaa tilavuokra mobiilimaksua hyödyntämällä. Tällöin (liike)tilan omistajan ja tilan vuokraajan välille ei tarvita muita toimijoita, ja sekä tilan vuokraus että maksaminen voidaan hoitaa mobiilisovelluksen avulla helposti ja luotettavasti.



Kuva: JOA Photography



MIKSI KIINTEISTÖILLÄ ON NIIN SUURI ROOLI KAUPUNKIKESKUSTASSA?



Kiinteistöt hallitsevat suurta osaa keskustan pinta-alasta ja rakennetun ympäristön massasta.



Kaupallisen keskustan tunnusmerkit – kivijalat – sijaitsevat kiinteistöissä.



Kivijalkatilat ovat tärkeä osa kadulla kulkijan näkymää ja kokemaa.



Kiinteistönomistajien päätökset vaikuttavat liiketilojen käyttömahdollisuuksiin.



Kiinteistönomistajat vaikuttavat tulevaisuuden keskustan rakentamiseen.





Kiinteistönomistajat



Liiketilän omistajat



Toimitilavälittäjät



Liiketilän käyttäjät



Kuva: Pipsa Wirtanen

LIIKETILANOMISTAJAT

Liiketilöjen
tärkeä rooli

Liiketilän
käyttö-
mahdollisuudet

Liiketilöjen
markkinointi

LIIKETILOJEN TÄRKEÄ ROOLI



Kuva: JOA Photography

Liiketilät mahdollistavat keskustan elinvoimaisuuden

Elinvoimaisessa keskustassa on paljon ja monipuolisia liiketiloja erilaisten yrittäjien tarpeisiin. Oleellista on tilojen saavutettavuus ja muunneltavuus. Kaupan rakenteen muuttumisen myötä muuttuvat myös kaupunkien keskustat. Ne kehittyvät ennen kaikkea vapaa-ajan, viihtymisen, kaupunkikulttuurin ja kohtaamisen paikkoina ja niiden rooli tavaroiden vaihtopaikkana pienenee.

Lahden kaupungin keskustan alueella on valtakunnan tasolla tarkasteltuna huomattavan paljon kivijalkaliiketilaa, jonka vuoksi sen elinvoimaisuus vaikuttaa koko keskusta-alueen viihtyvyyteen ja elinvoimaisuuteen poikkeuksellisen paljon. Keskustan elinvoimaisuuden näkökulmasta useat tyhjät liiketilat ovat ongelma, koska tyhjät alueet eivät houkuttele ihmisiä. Tyhjästä liiketiloista voivat kärsiä myös muut alueen yrittäjät, koska ihmismäärät alueella vähenevät ja epäsiistit liiketilat voivat luoda myös turvattomuuden tunnetta. Siten tyhjien liiketilojen saaminen nopeammin käyttöön edistää koko kaupungin keskustan elinvoimaisuutta.

Liiketilät kaupunkikokemuksen luojina

Kivijalkaliiketiloilla on myös kaupallisen tarkoituksensa lisäksi merkitystä asukkaiden ja asiakkaiden hyvinvoinnin ja kaupunkikokemuksen luojina. Kaupunkikokemus on merkittävässä roolissa tarkasteltaessa mm. kaupungin brändiä ja identiteettiä. Houkutteleva kaupunkikokemus luo turvallisuutta ja viihtyisyyttä kaupunkikeskustaan. Aktiiviset, siistit liiketilat luovat myönteistä mielikuvaa keskustasta, kun puo-



lestaan tyhjät ja hylätyn näköiset liiketilat voivat vaikuttaa kielteisesti kaupunkikokemukseen.

Tyhjien liiketilojen lisääntyessä katutila saattaa autioitua, kun ihmiset käyttävät tilaa vain siirtymiseen paikasta toiseen. Viipyily, pysähtely ja oleilu katutilassa vähenee. Liiketilojen aktiivisuutta ja paikkavetovoimaa voidaan parantaa pysäyttävillä ja houkuttelevilla visuaalisilla ja digitaalisilla ratkaisuilla, jolloin voidaan vaikuttaa asukkaiden, asiakkaiden ja vierailijoiden kaupunkikokemukseen positiivisesti ja saada heidät palaamaan keskustaan uudelleen.

Liiketilat mahdollistavat tulevaisuutta

Keskustat eivät tulevaisuudessa ole pelkkiä kauppapaikkoja, vaan sosiaaliset kohtaamiset ja yhteisöllisyys tulevat korostumaan. Keskustan liiketilat tarjoavat monipuolisia mahdollisuuksia erilaisille työelämän ulottuvuuksille, uudentyyppiselle työn tekemiselle ja kohtaamisille. Vapaa-aikana keskustan kivijalkaliikkeitä haetaan entistä enemmän elämyksiä ja palveluita.

Kauppa kehittyä entistä monikanavaivaisemmaksi tarkoitetaan esimerkiksi uudentyyppejä ratkaisuja, joissa yhdistyvät verkkokauppa ja fyysinen myymälä. Monikanavaisuus tuo mukanaan myös showroom- ja pop up-tyyppiset ratkaisut ja erilaiset vierailukonseptit, joissa kivijalkayritykseen rakennetaan tilaa toisen yrittäjän tuotteille. Lisäksi digitaalisuus lisääntyy ostopäätöksissä ja itse liiketilassa.

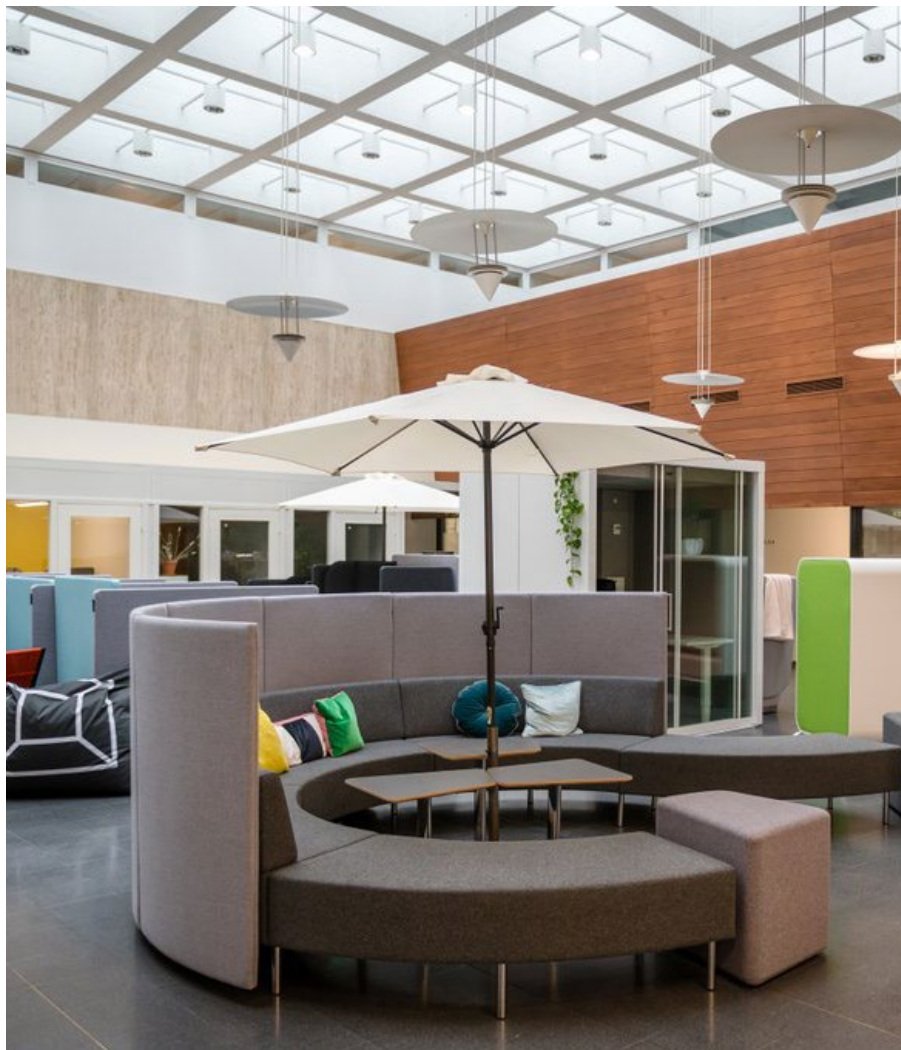
Kaupan murroksen ja kuluttajakäyttäytymisen muutoksen seurauksena syntyy uudenlaisia yritysmuotoja ja kivijalka-

toimintamalleja. Tämä tarkoittaa kivijalkaliiketilöiden käytön monipuolistumista ja tarvetta muunnella liiketiloja käytön mukaan, mikä on otettava huomioon tehtäessä päätöksiä esimerkiksi investoinneista. Parhaimmillaan elävien kaupunkikeskustojen monipuolinen tulevaisuus rakennetaan nyt vuoropuhelussa kivijalkayrittäjien, kiinteistönomistajien ja kaupungin virkahenkilöiden kanssa. Yhteistyöllä voidaan käyttää olemassa olevia resursseja viisaasti ja ennakoida paremmin tulevaisuudentarpeita.



Kuva: JOA Photography

LIIKETILAN KÄYTTÖMAHDOLLISUUDET



Kuva: JOA Photography

Liiketilat muuntuvat käyttäjien tarpeiden mukaan

Tulevaisuudessa liiketilöiden käyttömahdollisuuksia kannattaa ajatella laajemmin ja miettiä arvoa muunkin kuin talouden kautta.

Käyttäjien vuokraperusteena eivät välttämättä ole enää neliöt, vaan jokin muu. Käyttäjät toivovat joustavuutta sopimukseen, vuokrasuhteen pituuteen ja maksuperusteisiin. Käyttöajat ovat muuttuneet ja käyttö nopeatempoistunut.

Liiketilojen muunneltavuus on a & o. Joustavuutta tarvitaan jo suunnitteluvaiheessa, samoin keskustelua siitä, kuinka paljon ja missä liiketiloja tulevaisuudessa tarvitaan. Vastuullisuus linkittyy oleellisesti kulutuskäyttäytymisen muutokseen ja sen kautta liiketiloihin, mutta erityisesti kiinteistöjen kykyyn pysyä muutoksen tahdissa mukana.

Tulevaisuudessa kuluttajat ovat tietoisempia hiilijalanjäljestä tuotteen koko elinkaaren aikana. Tuotteita käytetään nykyistä pitempään. Myös itse tilan hiilijalanjälki kiinnostaa. Verkkokauppa tulee myös muuttamaan liiketilöiden luonnetta; kivijalka voi toimia showroom-tilana, joka vahvistaa brändi-mielikuvaa ja kokonaisvaltaista asiakaskokemusta.



Kuva: JOA Photography

Fyysinen tila tarjoaa kokonaisvaltaisen elämyksen

Kivijalan valttikortti on henkilökohtaisessa palvelussa ja elämyksellisyydessä. Digitalisaatio on muuttanut kuluttajien ostokäyttäytymistä ja sitä, miten vuorovaikutus ostotilanteissa koetaan, kun ostosten tekeminen jakautuu sekä verkkokauppaan että kivijalkaliiketilään. Kyse ei kuitenkaan ole toisiaan poissulkevasta tilanteesta, vaan enemmänkin niiden yhdistelmästä. Niin kivijalassa kuin verkkokaupassa on kyse asiakkaan kohtaamisesta ja luottamuksen rakentamisesta.

Aktiiviset liiketilat herättävät kiinnostusta asiakkaissa ja potentiaalisissa vuokratilojen tarvitsijoissa. Jos ikkunapinta-alaa ei tarvita yrityksen markkinoinnissa (esimerkiksi toimistokäyttö), sitä voi tarjota toisen yrityksen mainonnalle tai esimerkiksi taiteelle, mikä herättää kadulla kulkijan huomion. Näin passiivinenkin liiketila muuttuu aktiivisemmaksi.

Tyhjänä olevaa kivijalkaliiketilaa voidaan muuttaa luonteeltaan aktiivisemmaksi ja informatiivisemmaksi myös erilaisin digitaalisin ratkaisuin. Teknologiat ovat jo olemassa, kyse on kyvystä hyödyntää niitä. Se edellyttää vaihtoehtojen kartoitusta ja ehdotusten tekemistä. Lisäksi tilan potentiaalia voi tuoda esille tilapäiskäytön avulla.

Tilapäiskäytön arvo liiketilän omistajalle on, että kun tyhjäan liiketilään tuodaan elämää, voidaan esimerkiksi oivaltaa, miten ihmiset liikkuvat tilassa tai käyttävät tilaa; mitä mahdollisia käyttötarkoituksia tilalla on. Samalla tilapäiskäyttäjä voi markkinoida tilaa ja toimia linkkinä omistajaan.

LIIKETILOJEN MARKKINOINTI



Kuva: JOA Photography

Kivijalan viesti katukuvassa

Kadun käyttäjä on jatkuvassa vuorovaikutuksessa ympäristönsä kanssa, ja muistiin jää jälkiä positiivisista ja negatiivisista kokemuksista ja havainnoista. Tutkimusten mukaan parhaiten havaitaan se, mikä on ihmisen tasolla. Visuaalisesti ja fyysisesti aktiivinen kivijalassa oleva liike ja näyteikkunan kautta sisällä näkyvä toiminta tuovat alueelle enemmän kulkijoita, mikä vahvistaa alueen identiteettiä ja luo turvallisuutta.

Kivijalkatilojen kaupunkikuvallista merkitystä voi pohtia esimerkiksi seuraavien kysymysten valossa:

- Miltä keskusta näyttää kaupunkikuvan näkökulmasta?
- Mitä ajatuksia ja tunteita kivijalkatilat herättävät?
- Mikä merkitys kivijalkatiloilla on keskustalle ja sen elävyydelle?
- Mitkä tekijät vaikuttavat kivijalkatilojen julkisivun estetiikkaan ja visuaalisuuteen?
- Millä tavoin kivijalkaliiketilän omistajana voin rakentaa kauniimpaa ja parempaa kaupunkikuvaa?

Fyysinen ympäristö

Liiketilän fyysinen ympäristö toivottaa ihmiset tervetulleiksi tilaan ja vaikuttaa kaupunkikokemukseen. Julkisivun ja näyteikkunan siisteys luovat positiivista mielikuvaa liiketilasta. Näyteikkunan sommittelu sekä erilaiset opasteet herättävät ohikulkijan kiinnostuksen. Valaistuksella voi luoda turvallisuuden tunnetta sekä elämyksellisyyttä katutilaan. Tarinallisuus herättää näyteikkunan ohi kulkevan ja parhaimmillaan luo yhteistä identiteettiä koko kortteliin. Visuaalisuutta ja informaatiivisuutta näyteikkunassa voidaan tukea digitaalisilla ratkaisuilla. Esimerkiksi QR-koodien avulla voidaan antaa lisätietoa liiketilasta sekä linkittää tila sosiaalisen median alustoille.

Minkä viestin sinun kivijalkaliikkeesi antaa tai millaisen viestin toivoisit sen antavan? Kertooko näyteikkunasi tarinaa, joka houkuttelee pysähtymään? Millainen kivijalan fyysisen ympäristön tulisi olla, jotta se tukisi kivijalan aktiivisuutta tai toisen mahdollisuuksia paremmin esille?



MIKSI TYHJÄ LIIKETILA KANNATTA ANTAA LYHYTAIKAIS- TAI TILAPÄISKÄYTTÖÖN?



Lisää houkuttelevuutta ja kiinnostusta tilaan ja sen ympäristöön.



Auttaa liiketilän markkinoinnissa.



Tuo esille uusia mahdollisuuksia ja ideoita tilan käytöstä.



Liiketilän aktiivinen käyttö tuo lisäarvoa myös kiinteistöille.



Liiketilänomistajat vaikuttavat elinvoimaisen ja elävän kaupunkikeskustan säilyttämiseen.





Kiinteistönomistajat



Liiketilän omistajat



Toimitilavälittäjät



Liiketilän käyttäjät



Kuva: House Lahti / Visign

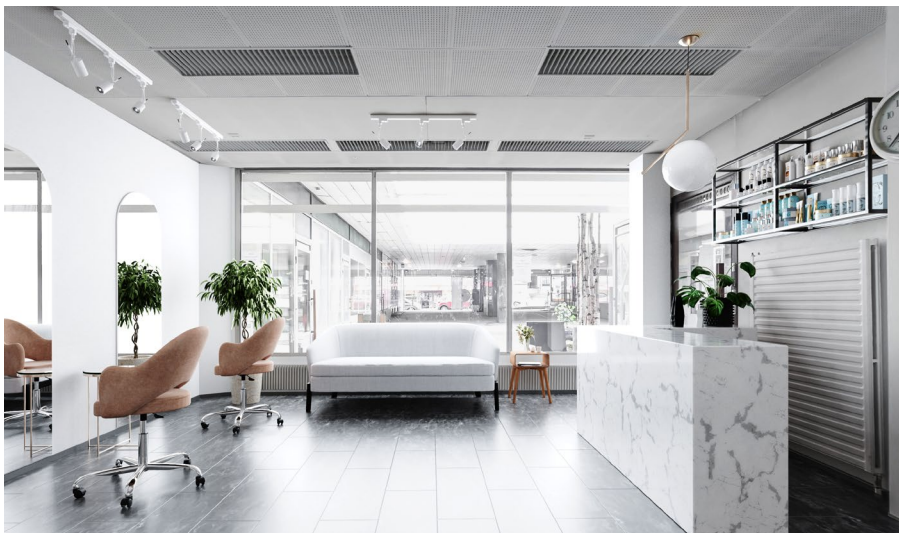
TOIMITILAVÄLITTÄJÄT

**Asiakkaan
kulkema polku**

**Parempi
asiakaskokemus**

**Digitaaliset
työkalut**

ASIAKKAAN KULKEMA POLKU



Kuvat: House Lahti / Visign

Satsaa hyvin kuviin ja virtuaalistailaukseen

Kuva kertoo enemmän kuin tuhat sanaa. Mitkä sanat haluat sinun kuviesi kertovan? Nykyisin ei ole pakko tyytyä pohjapiirroksen ja kuvaan tyhjästä liiketilasta. Laadukkaita 360-, drone- ja stillkuvia saa edullisesti ammattilaisten ottamina. Kuvien avulla voi näyttää kivijalkatilan lisäksi katutilaa, ympäristöä, tuoda esiin alueen hyviä puolia ja houkuttelevia elementtejä. Viesti vahvistuu, kun sen toistaa monessa kanavassa: toimitilavälittäjän nettisivuilla ja kokoavassa portaalissa, sosiaalisessa mediassa.

Virtuaalistailauksen avulla on mahdollista kertoa, mihin kaikkeen tila taipuu: voisiko liiketilassa olla yhteisöllinen työtila, ravintola, vaatekauppa, kampaamo. Virtuaalistailaus ei ole kuluna suuri, mutta sen hyöty voi olla merkittävä.

Kerrothan mahdollisimman paljon!

Asuntojen markkinoinnissa pitää myytävästä tai vuokrattavasta kohteesta antaa kaikki tiedot, jotka voivat vaikuttaa asiakkaan ostopäätökseen. Liiketiloista pitäisi saada myös kaikki tiedot, joilla on positiivinen merkitys liiketilän valitsemiseen:

- Hinta, vaikka siinä olisikin neuvotteluväriä
- Koko – varastotilat, myyntitilat eriteltyinä
- Tekniset ominaisuudet (nettiyhteydet jne.)
- Autopaikat
- Kiinteistötiedot
- Tehdyt ja tulossa olevat remontit
- Sijainti
- Extrat – lukittavat tilat, pintamateriaalit, oviaukot, turvallisuustoimet



Tee esittelytekstistä tarina ja fiilistele

Kohteen esittelytekstiin kannattaa panostaa, koska sillä voi luoda mielikuvia tulevaisuuden mahdollisuuksista. Mitä tietoja itse haluaisit, jos olisit etsimässä liiketilaa? Katuosoite tuskin riittää: tilan hakijaa kiinnostaa alueen eloisuus, liikkeuko siellä ihmisiä jalan tai autoilla, minkälaiset liikenneyhteydet ovat. Mitä muita kivijalkayrityksiä alueella on? Onko alue turistien suosima, onko siellä nähtävyyksiä, ravintoloita? Onko alue uusi vai jo historiansa kerännyt?

Entä tila? Miten iso? Minkälaisia toimijoita siellä on aiemmin ollut? Minkälaiseen toimintaan tila soveltuu suoraan, entä remontoituna? Tarinan avulla tila ja alue heräävät eloon ja yrittäjä voi hahmottaa oman toimintansa siellä, nähdä asiakasvirran ja kehittymismahdollisuudet.

On tärkeää miettiä kanavat, joihin tarinan haluaa levittää, koska jossakin voi toimia kuvan ja tekstin yhdistelmä, jossa-kin muualla video tai vaikka animaatio voi olla paras ratkaisu. Toimitilan välittäjän ei itse tarvitse olla viestinnän ammattilainen, jos sellainen löytyy omasta kumppaniverkostosta.

Saavutettavuus ja nopeus

Kun tila tulee välittäjälle vuokrattavaksi tai myyntiin, siitä ilmoitetaan verkossa ja QR-koodin avulla ikkunatilassa. Mukana ovat luonnollisesti yhteystiedot, joiden kautta kiinnostunut saa lisätietoa ja tavoittaa välittäjän.

Nopeat syövät hitaat. Jos et ole saavutettavissa, kauppa saattaa mennä ohi. Jokaisesta yhteydenotosta jää jälki. Tuntemattomankin numeron soittoon kannattaa vastata ja siihen ottaa yhteyttä.

Kun tulee kysymys, johon välittäjällä ei ole vastausta, on tärkeää, että välittäjä tavoittaa omistajan tai kiinteistön muun edustajan kohtuullisessa ajassa, mielellään mahdollisimman nopeasti. Selkeä ja sujuva palvelupolku takaa myönteisen asiakaskokemuksen.



PAREMPI ASIAKASKOKEMUS



Kuva: JOA Photography

Asiakas arvostaa saavutettavuutta sekä katutilassa että verkkoympäristössä

- Puhdas ja aktiivinen tila houkuttelee enemmän.
- QR-koodi ikkunatilassa voi toimia linkkinä liiketilän ja välittäjän tietoihin ja ilmoitussivuille. Kerro mahdollisimman paljon ja fiilistele.
- Tärkeimmät portaalit ovat Oikotie ja Etuovi. Lahdessa suosituin ilmoitusportaali on Oikotie, pääkaupunkiseudulla Etuovi.
- Monikanavaisuus on tärkeää. Se edellyttää taitoa esitellä liiketilaa ja sen mahdollisuuksia eri tavalla erilaisille kohderyhmille. Sosiaalisessa mediassa viestintä on eriluonteista kuin kiinteistöjä välittävissä myyntiporaaaleissa. Sosiaalinen media tarjoaa kohdennettua näkyvyyttä pieneen hintaan.

Miksi liiketilöiden käyttöönottoa tulisi nopeuttaa ja helpottaa?

- Tyhjä liiketila on aina huono signaali ja sillä on heijastusvaikutuksia.
- Aktiivinen liiketila on merkki elinvoimaisuudesta.
- Tyhjä liiketila ei houkuttele ketään ja pimeänä se lisää turvattomuuden tunnetta.
- Aktiivinen liiketila synnyttää lisää vetovoimaa.
- Toiminta on liikettä, joka kasvattaa uutta liikettä.

Vastaathan yhteydenottoihin mahdollisimman pian

Kun saat puhelinsoiton tai sähköpostiviestin, vastaathan siihen mahdollisimman nopeasti. Jos yrityksessänne on käytössä verkkolomake yhteydenottoja varten, myös sen kautta tulleet viestit kannattaa tarkistaa säännöllisesti. Jos et pääse heti vastaamaan, palaathan asiaan mahdollisimman pian. Nopea yhteydenotto parantaa asiakaskokemusta ja luo tunteen, että asiakasta arvostetaan.

Kiinnostavia tiloja saattaa olla muillakin välittäjillä. Jos yhteydenottaja ei saa vastakaikua, hän kyllästyy yrittämiseen ja hakee tilansa jostain muualta. Jos asiakkaasta tuntuu siltä, ettei hänen yhteydenottoaan arvosteta, miksi hän vaivautuisi yrittämään uudelleen?

Vanha sananlasku ”Hyvä kello kauas kuuluu, paha vielä kauemmas” on totisen totta tässäkin. Kyse on myös toimitilavälittäjän maineesta. Vastaaminen heti on hyvää palvelua. Vaikka juuri tämä yhteydenotto ei johtaisi sopimukseen, hyvä palvelu jää mieleen. Huono palvelu valitettavasti muistetaan vielä paremmin, joten vastaamatta jättäminen on sama kuin maksaisi ikävän maineen levittämisestä.



Kuva: JOA Photography



DIGITAALISET TYÖKALUT



Kuva: House Lahti / Visign

Nettiportaalit

Isot verkkopohjaiset nettiportaalit kokoavat useiden toimitilavälittäjien tarjoamia kohteita samalle sivustolle. Suurimpia nettiportaaleja ovat Etelä-Suomessa Etuovi ja Oikotie. Näistä Etuovi on suosituimpi pääkaupunkiseudulla, Oikotie taas muualla Etelä-Suomessa.

Miten laajaa markkinointinäkyvyyttä haluat omalle toimitilallesi? Paikallislehden ilmoitus tavoittaa lehden levikkialueen toimijat; toimeksianto yhdelle välitystoimistolle rajaa sekin potentiaalia löytää sopiva vuokralainen.

Kannattaa varmistaa, että välittäjä hyödyntää nettiportaaleita toimitilamarkkinoinnissaan. Nettiportaalit tarjoavat varsinaisten myynti- ja vuokrailmoitusten lisäksi tietoa sijainnin näkökulmista, sopimuksista, vastuista ja monesta muusta asiasta sekä tilaa etsivälle että tilan omistajalle.



Sosiaalinen media

Yhä useammat yritykset markkinoivat omia tuotteitaan sosiaalisessa mediassa: Facebookissa, Instagramissa ja LinkedInissä. Mitä pienemmästä yrityksestä kyse, sitä useammin sen tärkein markkinointikanava on sosiaalinen media. Se on kustannustehokas, nopea ja helppo pitää ajan tasalla. Parhaimmillaan sosiaalisen median kautta tavoitetaan jopa satoja tuhansia katselukertoja viikossa. Sosiaalinen media tukee myös yritysten verkkokauppaa.

Yrityksissä on totuttu hakemaan palveluita ja tuotteita sosiaalisen median kautta. Myös työpaikkoja haetaan ja löydetään somesta. Miksi yritykset sitten eivät hakisi myös tarvitsemiaan toimitiloja sosiaalisen median kanavien kautta? Ja toisin päin: miksi toimitiloja ei sitten välitettäisi myös sosiaalisessa mediassa?

Sosiaalisen median hyödyntäminen vaatii opettelua aivan kuin mikä tahansa taito. Kaikki toimitilavälittäjät eivät sosiaalista mediaa vielä hyödynnä. Siksi kannattaa valita toimitilan välitykseen yritys, jolla on jo näyttöä onnistumisesta sosiaalisen median markkinoinnissa.



Kuva: JOA Photography

Virtuaalistailaus

Kivijalkatilan markkinoinnissa on tärkeää kertoa kohteesta niin hyvin ja selkeästi, että potentiaalinen ostaja tai vuokraaja kiinnostuu ja ottaa yhteyttä. Positiivinen ensivaikutelma on avainasia. Tyhjästä tilasta otettu kuva ei välttämättä riittävän hyvin avaa esimerkiksi mittasuhteita tai minkälaista toimintaa tilassa voisi harjoittaa. Virtuaalistailauksen avulla voidaan näyttää useita erilaisia toimintavaihtoehtoja ja hahmottaa kivijalan tulevaisuuden käyttömahdollisuuksia. Kiinnostuneen on tämän perusteella helpompi tulla keskustelemaan välittäjän tai omistajan kanssa ja suunnittelemaan paikan päälle.



Kuva: House Lahti / Visign

Virtuaalistailaus alkaa asuntomarkkinoinnissa olla enemmän normi kuin poikkeus. Sen sijaan toimitilavälityksessä on perinteisesti tyydytty tyhjän liiketilän ja pohjapiirroksen näyttämiseen. Virtuaalistailaus tulee todennäköisesti arkipäiväistymään toimitilavälityksessä aivan samalla tavalla kuin laadukkaiden drone- ja sisäkuvien käyttö. Olisiko aika ottaa se omaankin työkalupakkiin?

QR-koodi

QR-koodit, eli Quick Response-koodit tekevät digitaalisesta käyttäjäkokemuksesta sulavaa. QR-koodin skannaaminen mobiililaitteen kameralla vie käyttäjän yrityksen verkkosivuille parhaimmillaan kahdella painalluksella; avatessaan laittonsa kameran ja hyväksyessään verkkosivulle siirtymisen.

QR-koodin voi sijoittaa välitettävän toimitilan ikkunaan tai netissä olevaan toimitilailmoitukseen. QR-koodin takana olevaa dataa, esimerkiksi yrityksen verkkosivua tai vaikkapa toimitilailmoitusta voidaan päivittää milloin vain, ja QR-koodi pysyy samana.

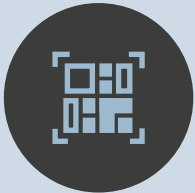
Ikkunapinnassa oleva QR-koodi on yksinään huomaamaton, joten sen voi liittää esimerkiksi mainokseen. Kivijalan omistaja tai toimitilavälittäjä voi myös hakea uudenlaisia yhteistyökumppaneita vaikkapa paikallisista taiteilijoista, ja yhdistää QR-koodin taidekuvaan. Taide kaupunkitilassa herättää huomiota, mikä on toimitilan markkinoinnin kannalta hyvä asia. Se lisää tilan visuaalista houkuttelevuutta ja tuottaa samalla ohikulkijoille positiivisen kaupunkikokemuksen.



MIKSI TOIMITILAVÄLITYKSESSÄ KANNATTAA HYÖDYNTÄÄ DIGITAALISIA TYÖKALUJA?



Se on resurssiviisasta, koska liiketilöiden vuokrapäätökset voisi tehdä jo verkossa.



QR-koodi ikkunassa voi toimia porttina digikanaviin, joissa tietoja voi muuttaa.



Missään muualla ei saa niin paljon näkyvyyttä kuin sosiaalisessa mediassa.



Sosiaalinen media tarjoaa kohdennettua markkinointia halvalla.



Virtuaalistailattu tila herättää enemmän kiinnostusta kuin tyhjä tila, eikä se ole kallista.





Kiinteistönomistajat



Liiketilän omistajat



Toimitilavälittäjät



Liiketilän käyttäjät



Kuva: House Lehti / Visign

LIIKETILÄN KÄYTTÄJÄT

**Lyhytaikais-
käyttäjät**

**Pitkäaikais-
käyttäjät**

**Muut
käyttäjät**

LYHYTAIKAISKÄYTTÄJÄT



Kuva: Pipsa Wirtanen

Kaupalliset, lyhytaikaiset käyttäjät tuovat positiivista mainetta

Moni pienyrittäjä toimii keskustan ulkopuolella edullisempien kustannusten takia. Keskustan liiketilaan tullaan kuitenkin mielellään lyhytaikaisesti esimerkiksi tapahtumien tai vaikkapa joulukauden ajaksi. Kivijalka toimii silloin erinomaisena pop up -kauppana tai verkkokaupan showroomina, jossa esitellään teemaan liittyvää tarjontaa tai uusimpia tuotteita.

Kivijalan lyhytaikaisenkin käytön pitää kuitenkin antaa liiketilan omistajalle arvoa. Onko pienikin tulo parempi kuin ei tuloa ollenkaan eli kannattaisiko tila antaa edullisemmin vuokralle kuin pitää tyhjänä? Mikä muu kuin rahallinen arvo tuo liiketilan omistajille lisää hyötyä?

Lisääkö lyhytaikainen käyttö esimerkiksi kiinteistöyhtiön kykyä vahvistaa tunnettuuttaan ja saavutettavuuttaan?

Kivijalkatila on osa kiinteistöä mutta myös osa ympäristöään. Alueen maine muodostuu ulkopuolisten sidosryhmien ja kuluttajien ajatuksesta siitä, millaisia mielikuvia alue herättää.

Voisiko yksittäinen kivijalkatila olla jonkin pienyrittäjäverkoston jatkuvassa lyhytaikaisessa käytössä? Toimija tilassa vaihtuisi, mutta omistaja saisi säännöllistä tuloa? Lyhytaikainen, mutta säännöllisyyteen perustuva käyttö hyvin markkinoituna luo odotusta siihen, mitä tällä kertaa on tulossa.



Kuva: JOA Photography

Ei-kaupallinen tilapäiskäyttö kivijalan elävöittäjänä

Artistit, taide, kulttuuri, yleishyödylliset toimijat kuten erilaiset järjestöt ovat perinteisesti olleet vähemmistönä kivijalassa.

Kivijalka on kadunkulkijan silmien tasolla, joten tyhjä liiketila kiinnittää huomiota. Pitkään tyhjänä oleva tila ankeuttaa kiinteistöä. Jos tilassa on väliaikaista käyttöä, vaikkapa jokin kulttuuritapahtuma, voidaan tarkastella sitä miten tilassa liikutaan, miten tilan käyttö on suunniteltu, miten valaistus tukee toimintaa ja miten toiminta vilkastuttaa katua ja kiinteistöä.

Käyttäjä tekee väliaikaisen vuokrasopimuksen, joka ei välttämättä ole samanhintainen kuin kaupallisen toimijan, mutta sopimukseen voi sisällyttää esimerkiksi tilan siistimisen edellisen käyttäjän jäljiltä. Onhan arvo sekin, että toiminta markkinoi tilaa enemmän kuin hiljainen, tyhjä tila.



PITKÄAIKAISKÄYTTÄJÄT

Käyttäjän mahdollisuudet katutilan hyödyntämiseen

Liiketilassa voi hyödyntää ja käyttää sisätilan lisäksi ulkotilaa. Oli sitten tila tyhjänä tai aktiivisena, mielenkiintoinen ja siisti kivijalkatila tarjoaa positiivisia kaupunkikokemuksia. Kaduilla liikkujia houkutellessaan jo ulkotilassa visuaalisin ja viihtyisyyttä lisäävin elementein, tuoksuin ja äänin.

Ikkunatilalla vuorovaikutteisuutta

Liiketilassa voi hyödyntää ja käyttää sisätilan lisäksi ikkuna-pintaa. Kivijalkaliikkeen oveen tai ikkunaan sijoitettu QR-koodi voi tarjota eri vaihtoehtoja riippuen vuorokauden-ajasta. Kivijalkaliikkeen ollessa auki QR-koodi ilmoittaa tästä ja toivottaa tervetulleeksi. Liikkeen ollessa suljettuna käyttäjä voidaan ohjata liikkeen verkkokaupan sivuille ostoksille tai ottamaan yhteyttä yrittäjään. Näin yrittäjä pystyy palvelemaan asiakkaitaan entistä aktiivisemmin.

Kivijalkatilan yrittäjä voi myös saada QR-koodin kautta dataa esimerkiksi siitä, kuinka aktiivisesti koodia skannataan liiketilän sulkemisajan jälkeen. Näin esimerkiksi liikkeen aukiolo-aikoja voi pidentää, jos käy ilmi, että potentiaalisia asiakkaita on käynyt ovella sulkemisajan jälkeen.



Kuva: JOA Photography

Vinkkejä

Pidä tila vuorovaikutteisena katutilaan.

Älä sulje näkymää. Teippauksia max 50 % ikkunatilasta. Näytä tuotteesi ja palvelusi katutilassa kulkeville. Valaistu liiketila tuo turvaa kadulle, mikä lisää jalankulkijoiden halukkuutta liikkua alueella.

Tyhjäkin liiketila voi olla vuorovaikutteinen. Toimitilavälityksen ikkunamainos lisätietoa tarjoavine QR-kodeineen voi olla värikäs ja houkutteleva elementti. Sisätilassa voi toimia esimerkiksi väliaikainen näyttely, joka valaistuna herättää kiinnostusta ja tarjoaa ohikulkijoille silmänruokaa sekä positiivisen kaupunkikokemuksen.



MUUT KÄYTTÄJÄT



Kuva: JOA Photography

Yhteiskäyttö

Joskus tarjolla oleva tila on kooltaan tai muodoltaan sellainen, että se on hankala tai liian kallis vain yhden toimijan käytössä. Silloin ratkaisuna voi olla usean toimijan yhteiskäyttö.

Laki liikehuoneiston vuokrasopimuksesta kertoo vuokralaisen ja vuokranantajan oikeuksista ja velvollisuuksista. Yleensä vuokranantaja on halunnut tehdä vuokrasopimuksen yhden arvonlisäverovelvollisen toimijan kanssa ja muut ovat päävuokralaisen alivuokralaisia. Tyypillinen esimerkki on kampaamo, jossa yksi on yrittäjä päävuokralainen ja muut ovat vuokratuoleilla.

Entä sitten, kun halutaankin yhdistää erilaisia osaamisia samaan tilaan? Esimerkiksi vaatealan, sisustustarvikkeiden ja kosmetiikan edustajat.

Tarvitaan erilaisia, joustavia sopimusmalleja, että vuokrasopimuksen voi tehdä jokaisen yhteiskäyttöön osallistuvan toimijan kanssa erikseen, ja vaikka eripituisiksi ajoiksi, jolloin toimijat voivat vaihtua ja tila pysyy kuitenkin käytössä, kiinnostavana ja elävänä.

Jaettu tilan käyttö

Voiko liiketilalla olla tulevaisuudessa olla muutakin kuin taloudellista arvoa? Miten liiketila voisi palvella kiinteistön asukkaita ja käyttäjiä? Toisaalta miten myös taloudellinen puoli tulee otettua huomioon?

Väestö ikääntyy ja palveluja tarvitaan, jolloin esimerkiksi lähipalvelut voisivat tuoda lisäarvoa. Kivijalassa usean toimijan tarjoamat lähikorttelipalvelut olisivat käyttäjiensä saavutettavissa. Näitä voisivat olla esimerkiksi digipalveluneuvoja, piensähkölaitteiden korjaaja, kotipalvelujen varauspiste, kierrätettyjen lehtien ja kirjojen lukunurkkaukseen yhdistetty kahvila, korjausompelija - toisin sanoen palveluja, joita saatetaan vähäisen osaamisen tai liikuntavaikeuksien, mutta myös yhteisöllisyyden ja vastuullisuuden vuoksi kaivata.

Riippuen tilan koosta ja ominaisuuksista, palveluntarjoajat voisivat jakaa tilan myös osin esimerkiksi eri viikonpäivinä tai vuorokaudenaikoina. Älylukitus ja tilavarausjärjestelmä helpottaisivat kulkua; säästyttäisiin monilta avainkopioilta, jokaisesta kävijästä jäisi jälki, mikä lisää myös turvallisuutta. Jälleen myös sopimusmallien joustavuus on ajankohtainen asia.



Kuva: JOA Photography



Kiinteistönomistajat



Liiketilän omistajat



Toimitilavälittäjät



Liiketilän käyttäjät

MIKSI ON TÄRKEÄÄ TUNNISTAA TRENDIT JA TULEVAISUUDEN LIIKETILOJEN KÄYTTÄJÄT?



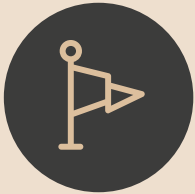
Kehityksen suunnan tiedostaminen helpottaa kiinteistönomistajien päätöksenteko- ja kehittämisprosesseja.



Tulevaisuuden ennakointi on pohja taloudelliselle menestykselle.



Tietoisuus mahdollisista kehityskuluista vahvistaa ajattelua ja kehittää kulttuuria.



Edelläkävijät ovat aina etulyöntiasemassa.



Parempi kaupunkikeskustan tulevaisuus syntyy eri toimijoiden yhteisellä näkemyksellä.





Kiinteistönomistajat



Liiketilän omistajat



Toimitilavälittäjät



Liiketilän käyttäjät



Dikkaa-mallissa haluamme tukea kiinteistönomistajia, liiketilän omistajia, toimitilavälittäjiä ja liiketilän käyttäjiä tuomalla esiin uusia näkökulmia kivijalkatilojen tehokkaampaan käyttöön ja parempaan saavutettavuuteen.