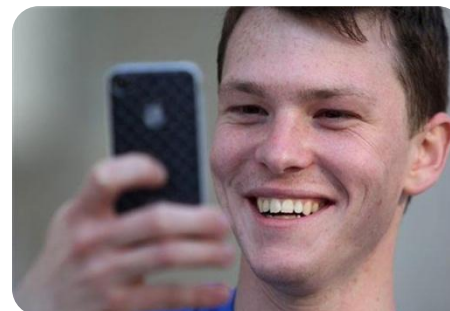


# Kuluttajat ja uuden teknologian hyväksyminen

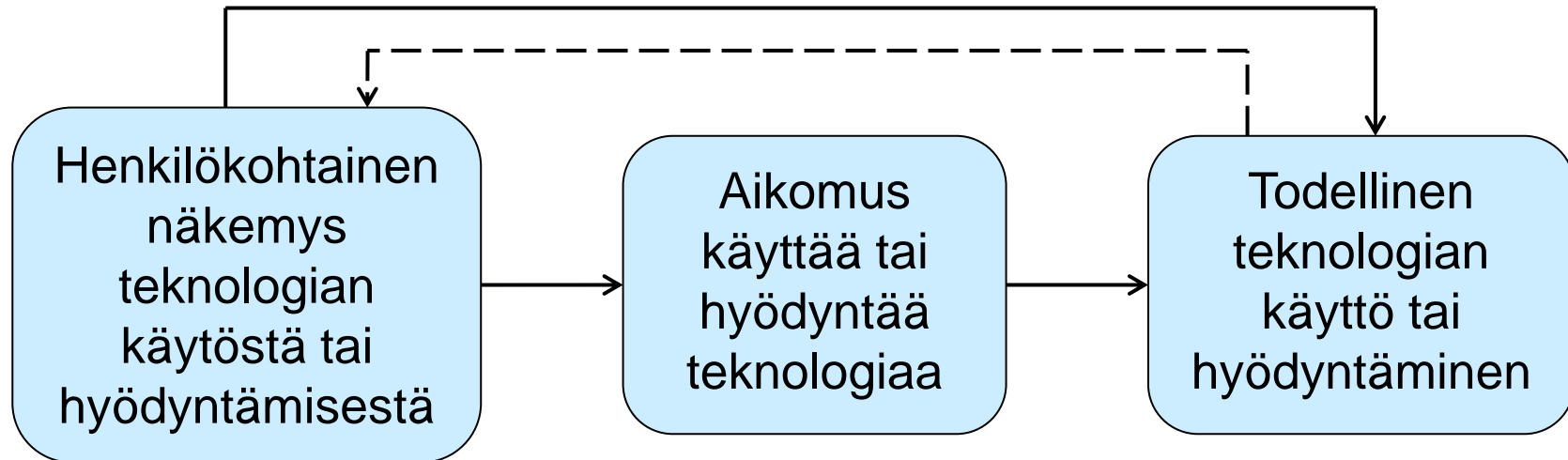
Kuluttajan ja markkinoijan suhde tulevaisuudessa  
Anu Seisto, VTT

## Miksi kuluttaja / käyttäjänäkökulma on mielenkiintoinen?

- Jokainen käyttäjä havainnoi teknologian erityisominaisuudet ja hyödyn omalla tavallaan, perustuen esimerkiksi hänen henkilökohtaisiin ominaisuuksiinsa, asenteisiinsa, aikaisempiin kokemuksiinsa tai sosiaaliseen ympäristöönsä



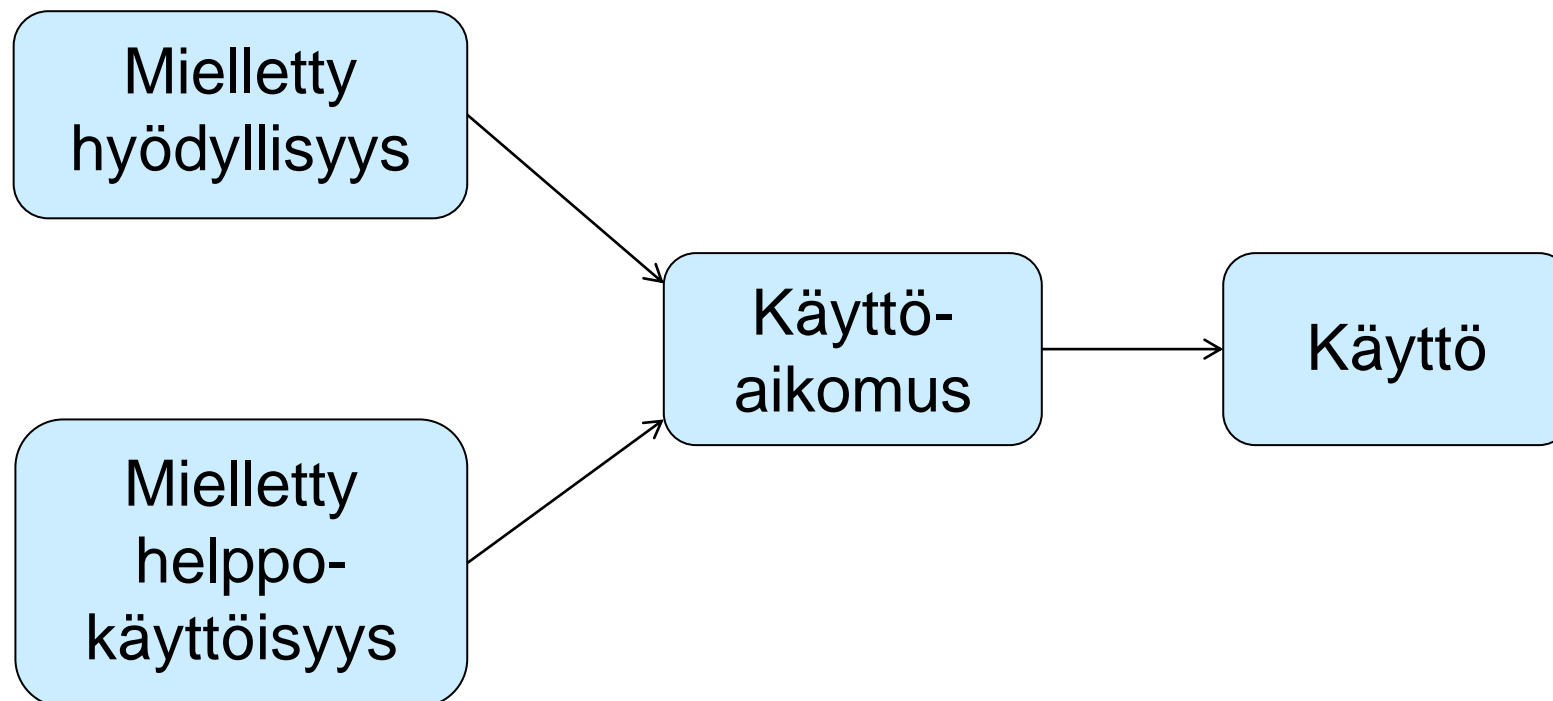
## Kuluttaja / käyttäjä ja teknologia



## Teknologian hyväksyminen

- TAM = Technology Acceptance Model
- Mallia on kehitetty 1989 lähtien ja sovellettu eri tarkoituksiin, mm. oppimiseen ja mobiilipalveluihin
- Tavoitteena parempi ymmärrys siitä, mitkä tekijät vaikuttavat uuden teknologian hyväksymiseen ja sitä kautta teknologian käyttöön
  
- Kaasinen, E. (2005) User acceptance of mobile services – value, ease of use, trust and ease of adoption, Väitöskirja, VTT
- Engström, T. (2009) Käytettävyyden vaikutus mobiilipalveluiden käyttäjähyväksyntään, DI-työ, TKK
- Seisto, A. et al. (2011)

# TAM



## Kuluttajat / käyttäjät ja mobiiliteknologia

- Mobiiliteknologiat mahdollistavat paljon uusia palveluja ja toimintatapoja niiden käyttäjille
- Mobiilipalveluiden menestyksen edellytyksenä on kuitenkin se, että käyttäjät hyväksyvät ne ja ottavat ne käyttöön
- Käyttäjien suhtautumista ja reaktioita uusiin teknologioihin on kuitenkin vaikea ennustaa etukäteen, ja mobiilipalveluiden käyttöönotto onkin ollut käyttäjien keskuudessa hitaampaa kuin mobiiliteknologian kehitys



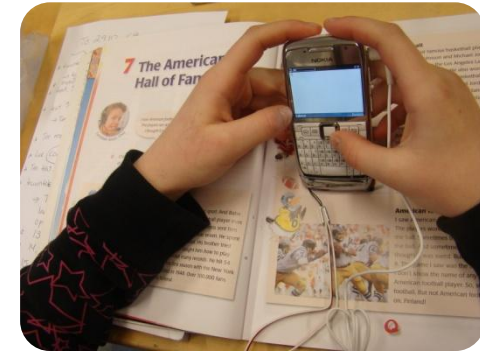
## Teknologian myötä uudenlaisiin sovelluksiin



2002



2005

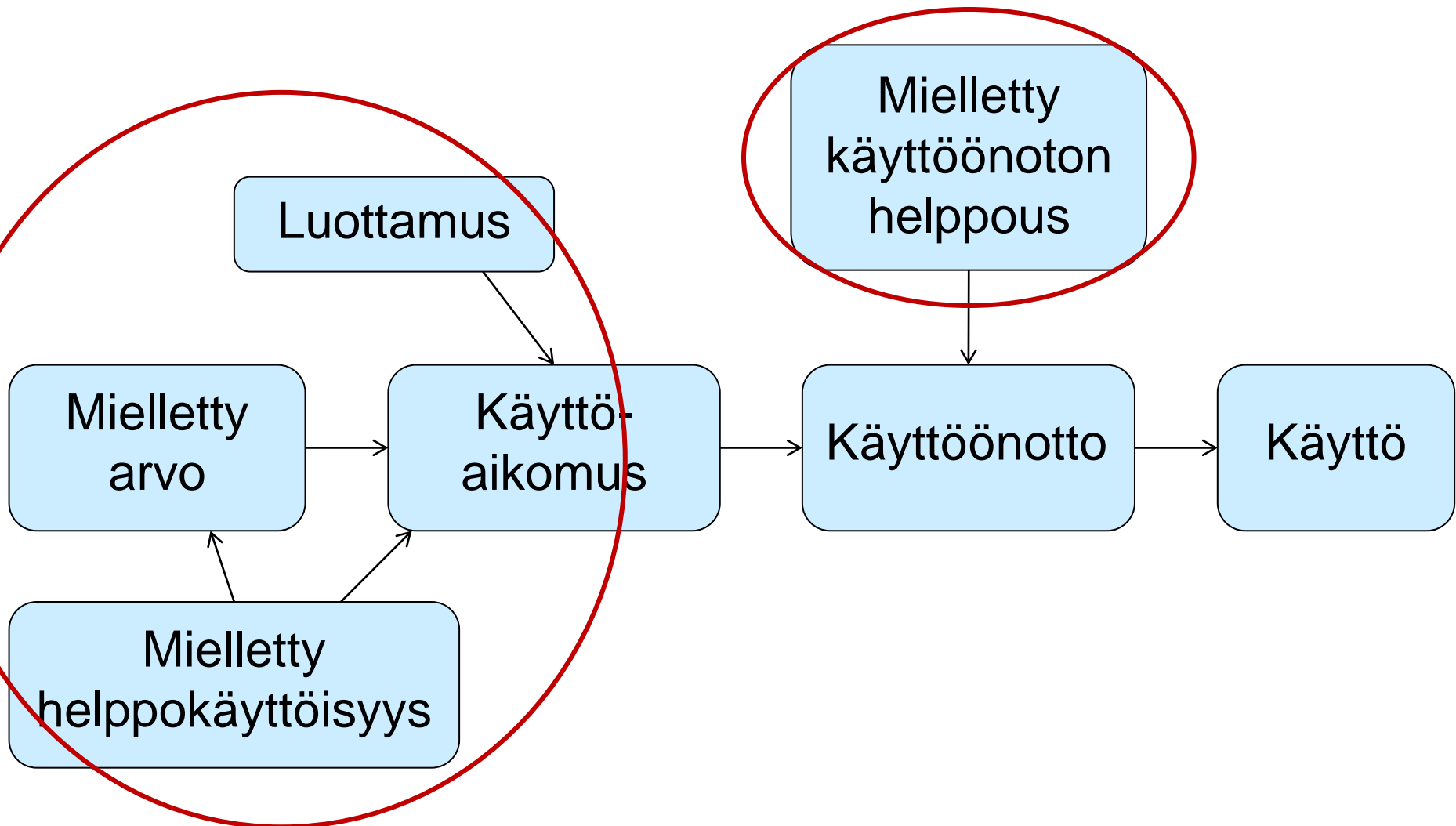


2010



2011

## TAM mobiilipalveluille





## Esimerkki: ELLE - Sparkly

- Sparkly (Sinebrykoff) mainos ELLE lehdessä 12/2011
- AR (Augmented Reality) sovellus iPhoneille
- Lehdessä olevassa mainoksessa ohjattiin lataamaan kännykkään sovellus, jonka kanssa sai lisäsisältöä: peli, alennuskuponki, lisätietoja tuotteesta

<http://www.youtube.com/watch?v=AjDjsmr0G14>



## ELLEn lukijat ja uusi teknologia

### arvo

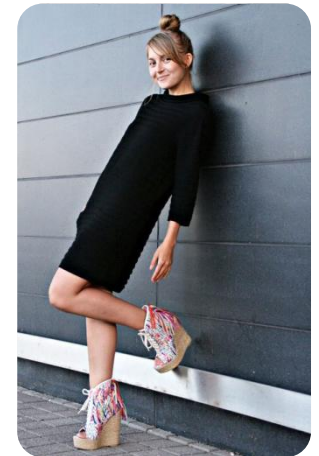
- Palvelun täytyy olla hyvin linjassa kohderyhmän mielenkiinnon kohteiden kanssa
- Mobiilisovelluksen pitäisi toimia useassa palvelussa
- Sovellus voisi helpottaa muita nettiaktiviteetteja

### luotettavuus

- Lukijat luottavat mobiilipalveluihin kuten digitaalisiin palveluihin yleensäkin. He ovat hyvin tietoisia siitä, että palveluja käyttämällä he antavat tietoja itsestään
- Mainos ELLE lehdessä koetaan erittäin luotettavaksi
- Käyttäjä haluaa itse valita ajankohdan, joka parhaiten sopii mainoksen katseluun

### helppous

- Teknologia koettiin helpoksi



## Kommentteja:

- *"Appsien pitäisi toimia useammissa mainoksissa; ELLEn oma appsi"*
- *"Saadun etukupongin jakaminen ystäville on hyvä juttu"*
- *"Erilaisiin kilpailuihin osallistuminen voisi toimia hyvin jonkinlaisen appsin kautta, helppokäyttöisyys. Appsi voisi ylipäättäänkin helpottaa netissä asiointia"*
- *"Sillä on merkitystä, mitä kautta mainos tulee. Tunnetun, laadukkaaksi koetun lehden (ja brändin) mainokset on luotettavampia"*



## Kokemuksia sovelluksen käytöstä

- Lukijat antoivat parhaat arvostukset sovelluksen helppokäyttöisyydestä; se oli helppo ladata, nopea avata ja lehden ja kännykän yhteiskäyttö koettiin helpoksi
- Lukijat arvioivat että vastaavanlaisen palvelun käyttö tulevaisuudessa sekä mainoksiin että toimitukselliseen sisältöön liitettynä olisi melko toivottavaa
- *”Oli mukavaa kun lehdestä löytyy jotain extraa. Tämä tietysti edellyttää sitä että lehti ja puhelin on yhtä aikaa mukana. Hauska idea, toivottavasti tulee uusia tällaisia, pitää siis lukea mainoksien pieni prääntti tarkemmin.”*
- *”Voi olla hauska ja yllättävä tapa ”lukea” lehteä ja seurata mainoksia.”*

## Kiitos!

- Anu Seisto
- [anu.seisto@vtt.fi](mailto:anu.seisto@vtt.fi)
  
- <http://www.vtt.fi/multimedia>
- <http://www.youtube.com/user/VTTAugmentedReality?blend=1&ob=0>







**VTT luo teknologiasta  
liiketoimintaa**