

Muuttuva markkinointi – muuttuvat tiedontarpeet

Päivi Voima
Senior Researcher
Hanken

Riippuu keneltä kysyy

Myynti

4P

Customer experience

Segmentointi

SOSIAALINEN MEDIA

B2C

C2C

Service design

CRM

Mobiili

Markkinamuotoilu

Asiakkuudet

Co-creation

Palvelut

innovaatiot

B2B

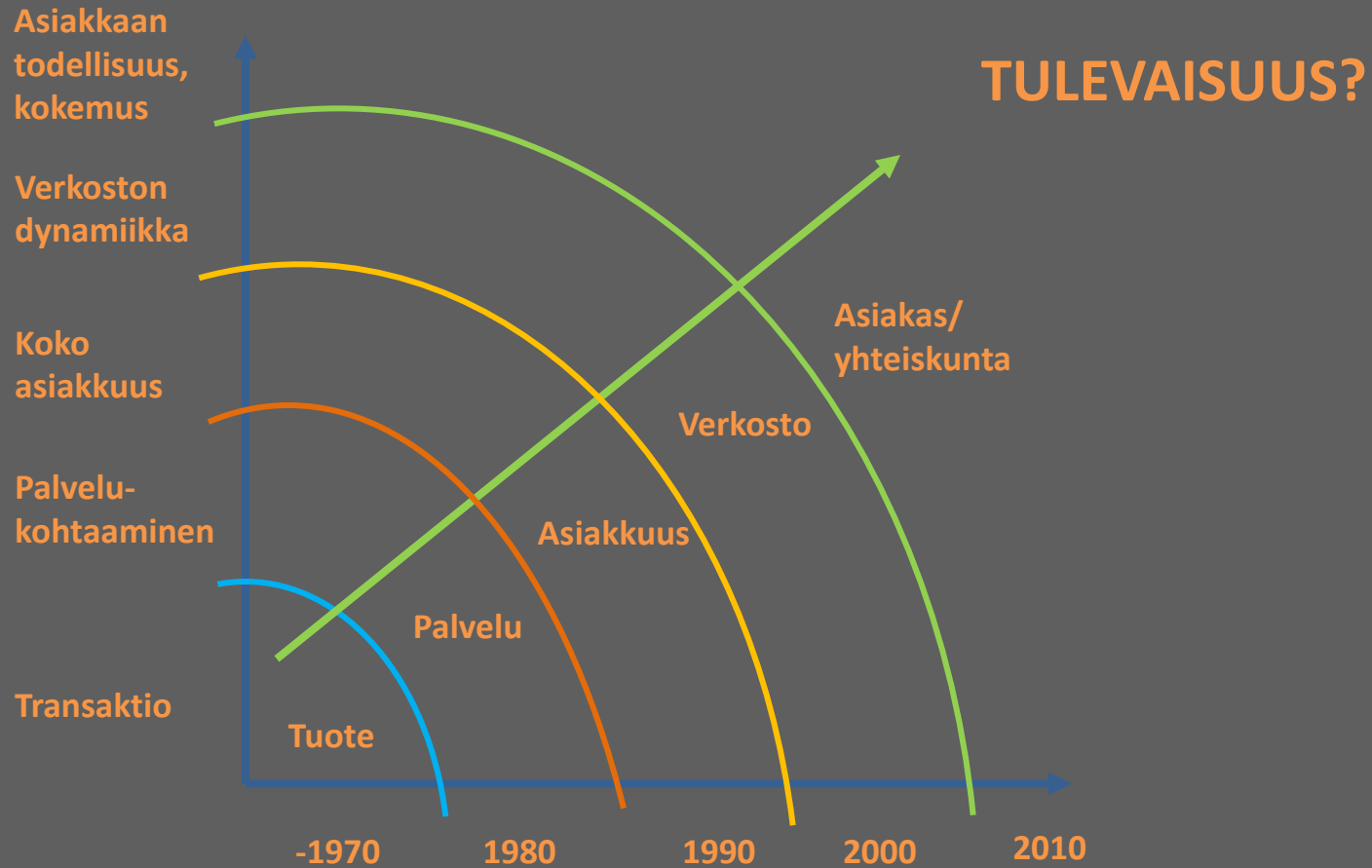
Logistiikka

Käyttöarvo

Web-analytics

Tiedon lähteellä.Tietoa ei ole. Se luodaan.

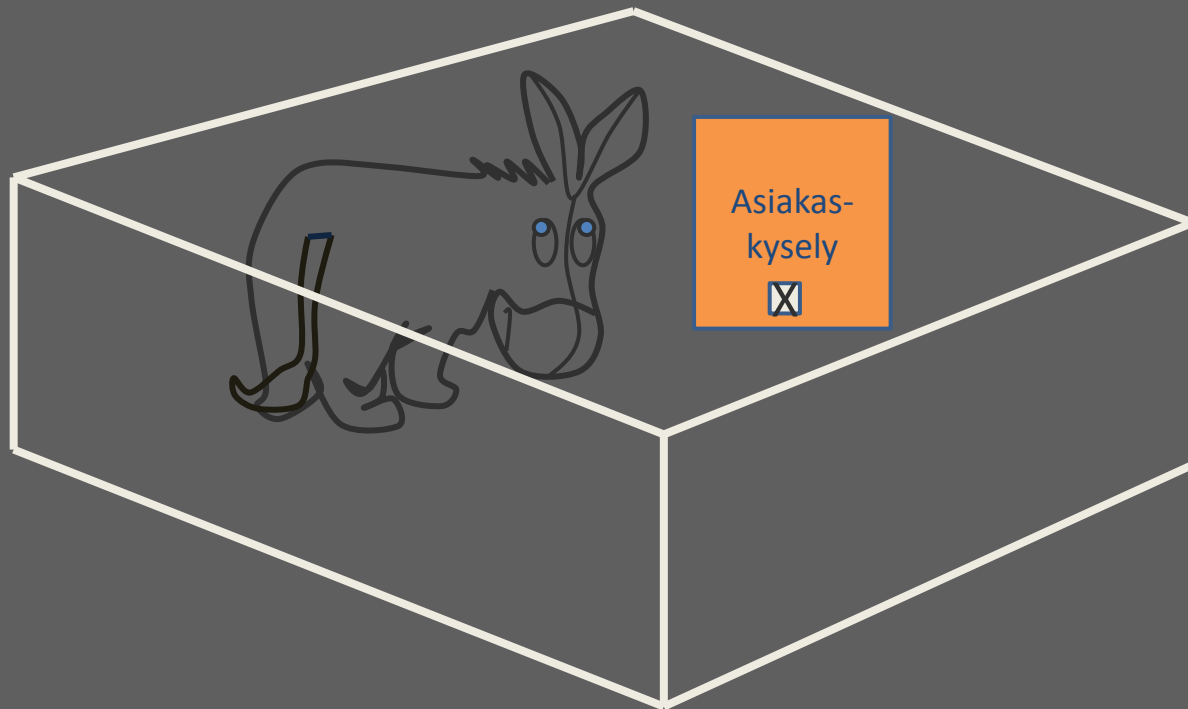
Markkinoinnin evoluutio



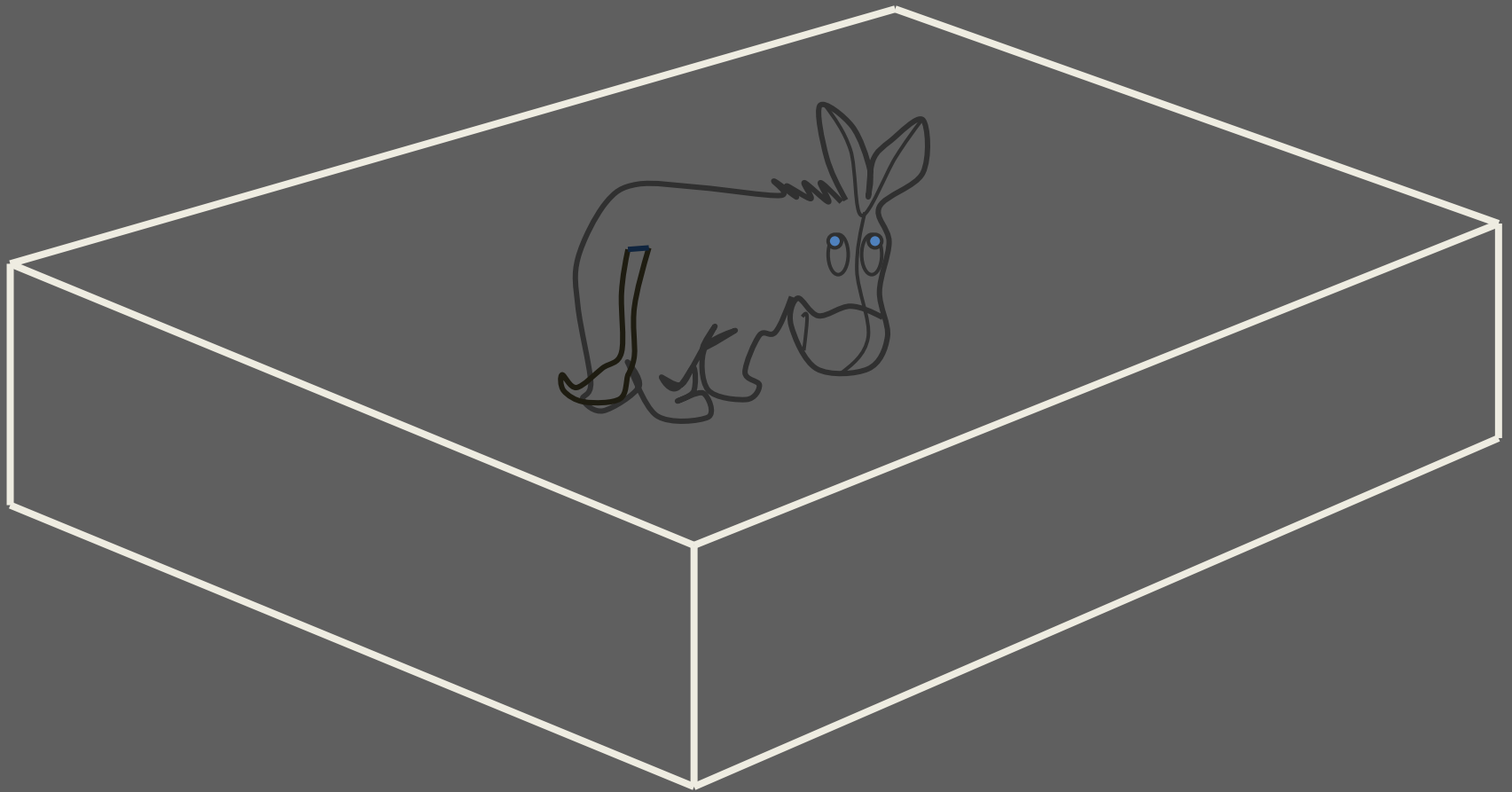


Keppiä vai porkkanaa?

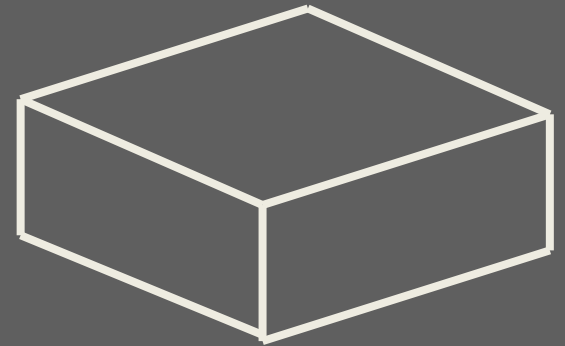
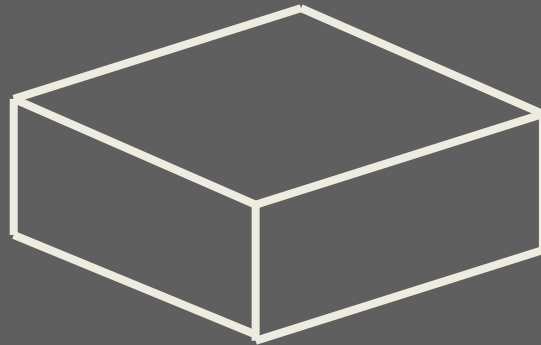
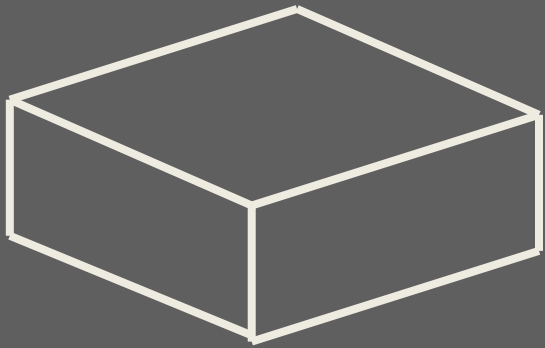
Tietoa. Kysytään asiakkaalta.



Tieto näyttää siltä minkä kokoinen karsina on



Asiakas on osa tarinaa



= Asiakastietoa (CRM)

Mitä jos päästämme asiakkaan vapaaksi?

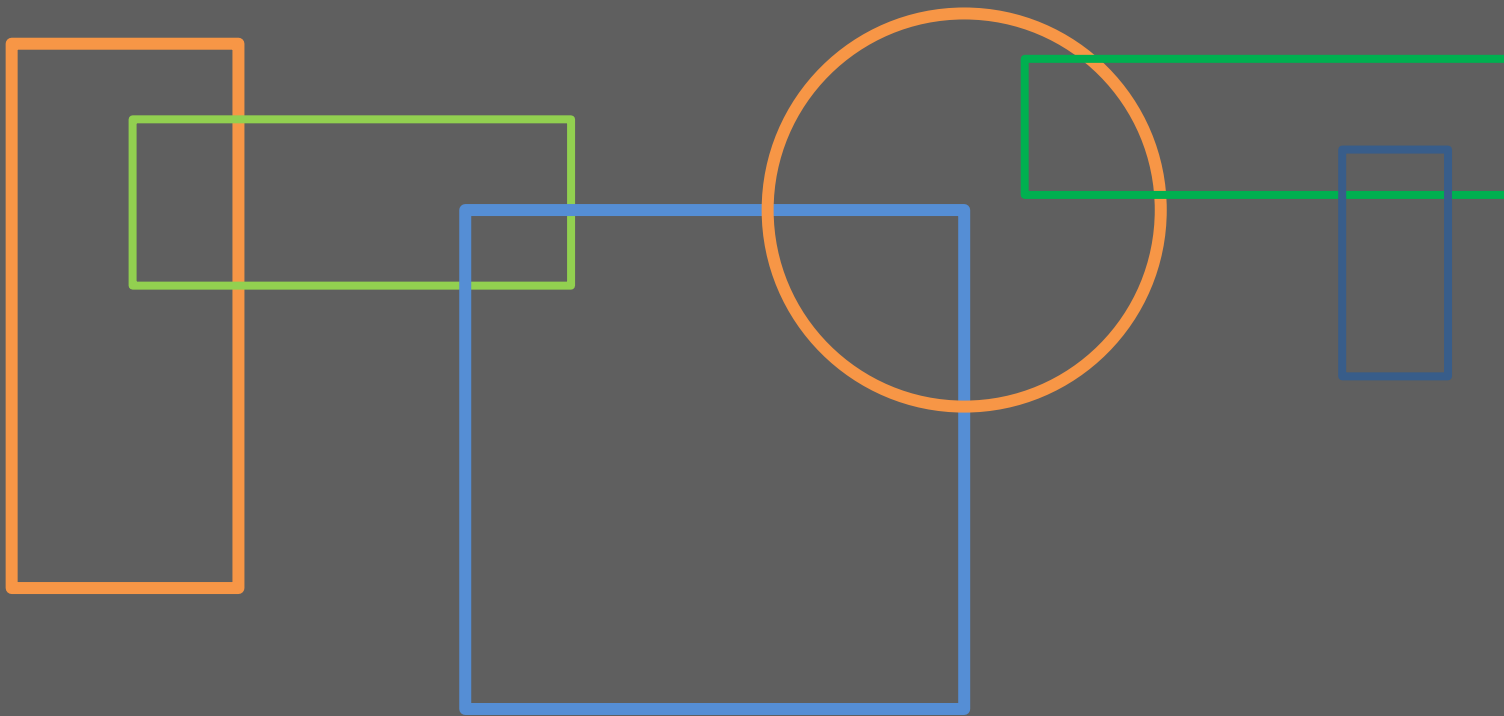


Aasi. Asiakas. Ihminen.



Asiakas on osa tarinaa. Omaansa.

Asiakas on osa tarinaa. Omaansa.

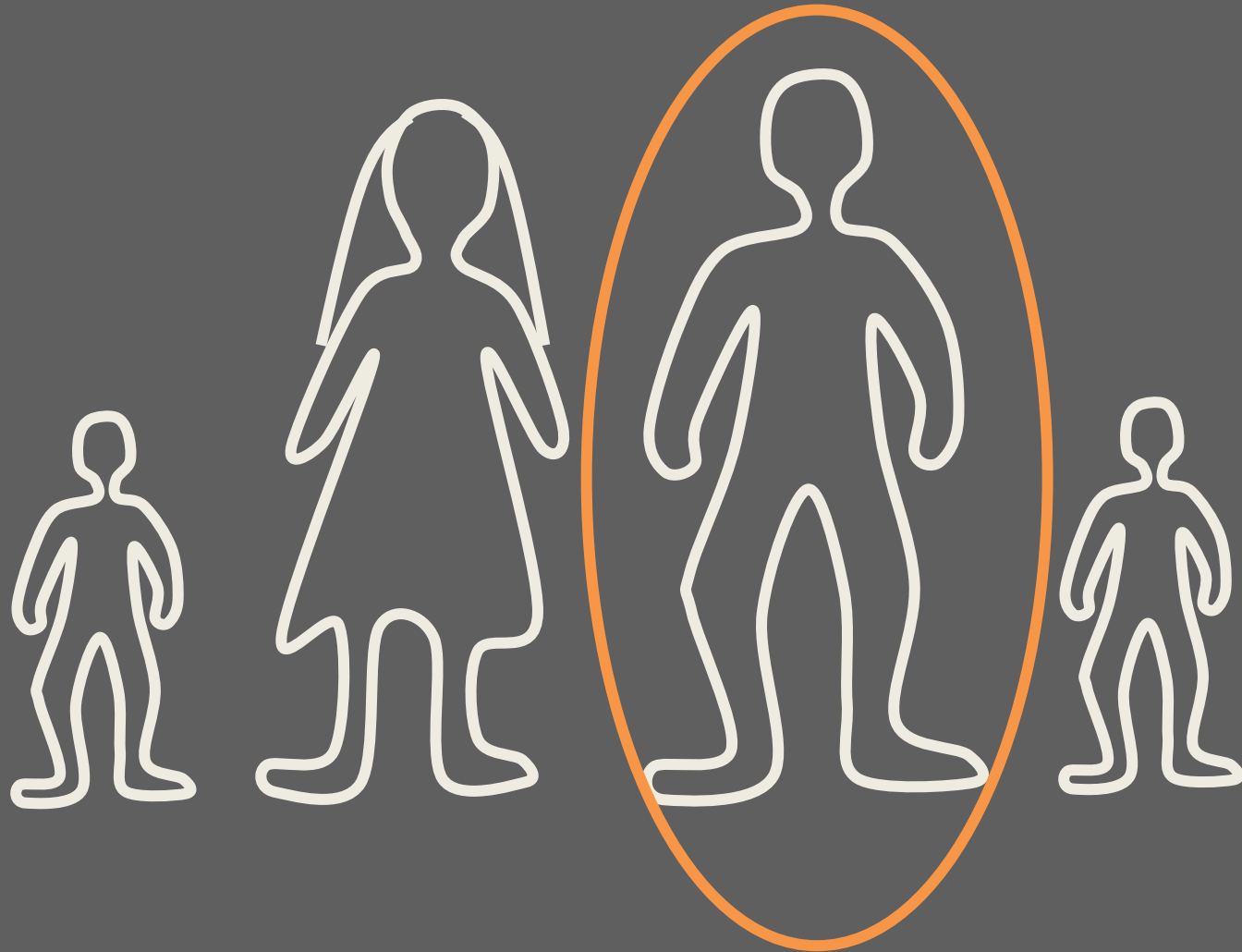


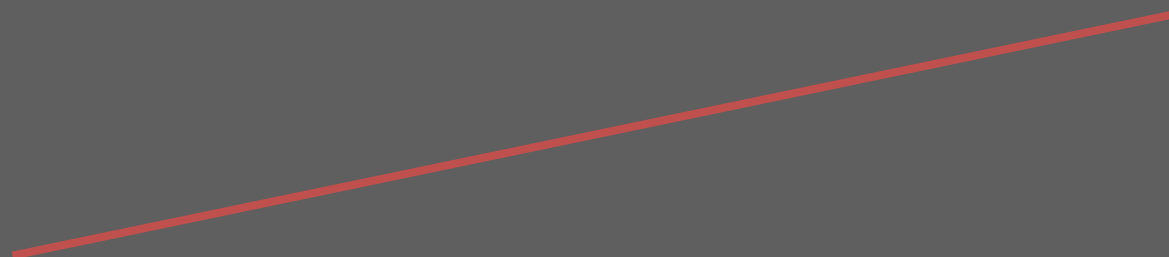
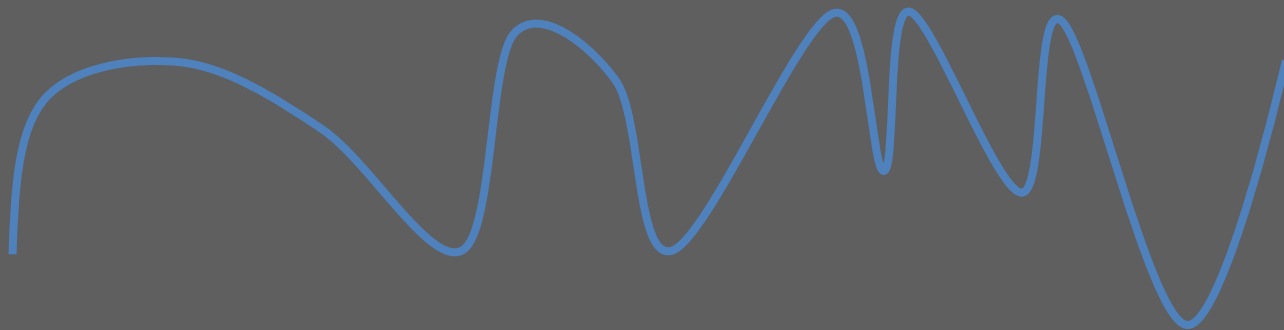
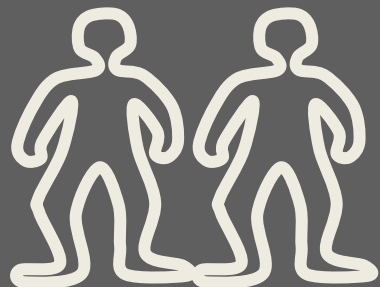
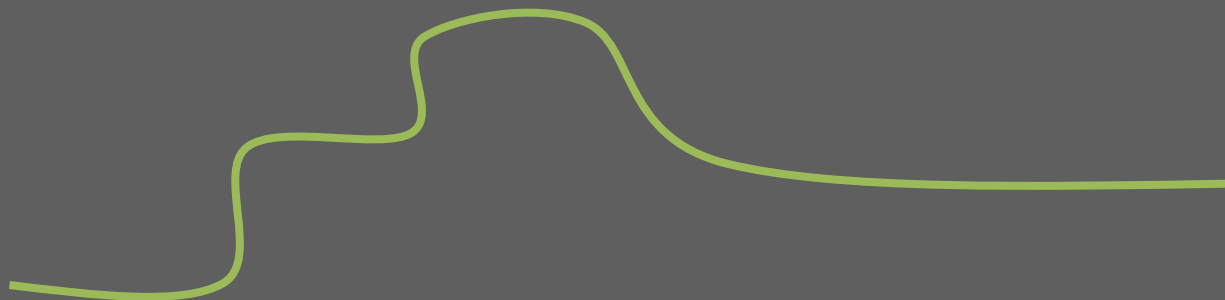
Toimintoja. Käytäntöjä. Konteksteja. Kokemuksia.

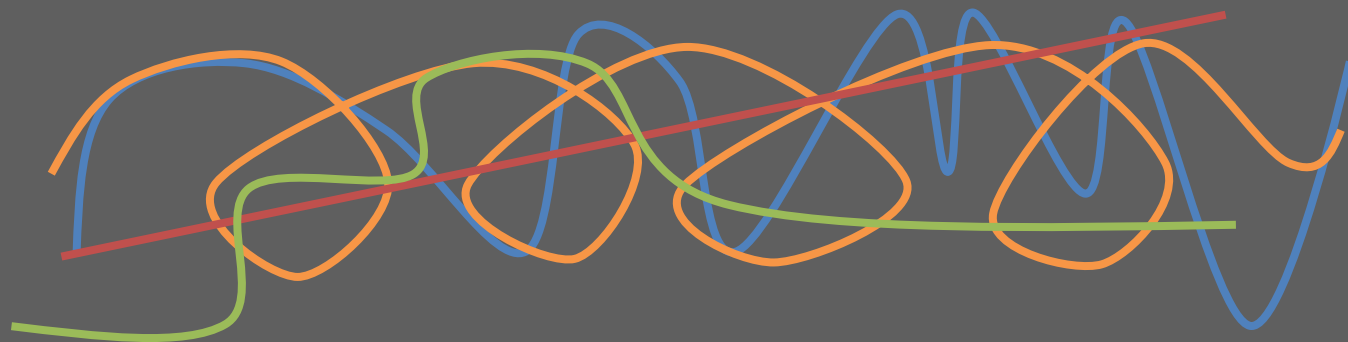
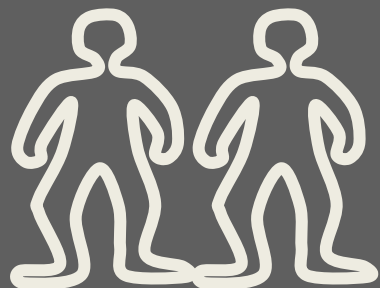
Ainoa tiedon lähde on kokemus.

Albert Einstein

Aasi. Asiakas. Ihminen. Yhteisö.



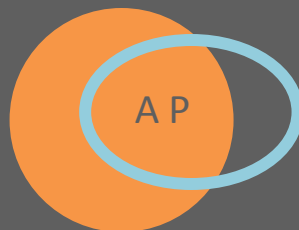




Arvologiikka muuttuu

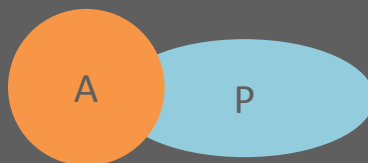
Asiakkaan todellisuus

- toiminnot
- käytännöt
- kokemukset
- kontekstit



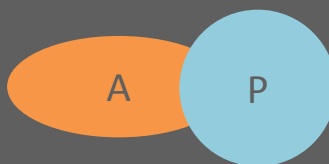
Osana asiakkaan EKOSYSTEEMIÄ

Asiakkaan prosessit, yrityksen osallistuttavat prosessit



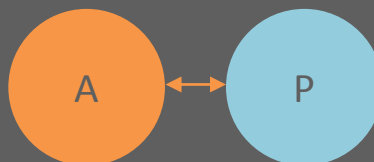
Yritys asiakkaan prosessin jatkeena

Yrityksen tuotantoprosessit, asiakkaan osallistuttavat prosessit



Asiakas yrityksen tuotantoprosessin jatkeena

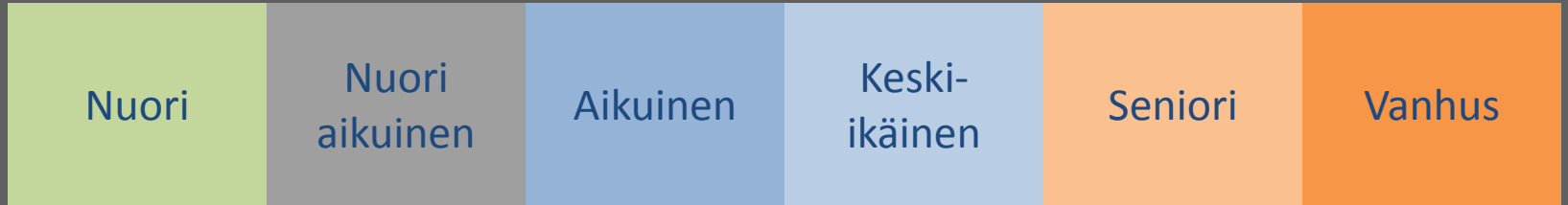
Tuotekehitys, tuotantoprosessit



Tuottamassa jotain arvokasta asiakkaalle

Asiakkaan mindset

Paperilla



Todellisuudessa



Tulevaisuudessa?



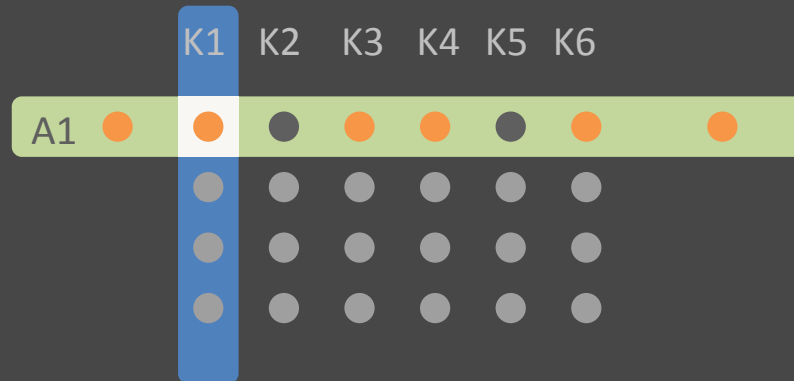
Lapset

Lapsenlapset

Uusi todellisuus. Uudet menetelmät.

Palveluyrityksen näkemys palvelusta, palvelun
elementeistä ja kohtaamis-
pisteistä

Asiakkaan näkemys
palvelusta, palvelun
elementeistä ja
kohtaamis-
pisteistä



Palvelutarina:
Asiakkaan kertomus
palvelusta oman
logiikkansa
mukaisesti

Perinteiset tutkimusmenetelmät:
mitä mieltä asiakas on yrityksen palvelusta
yrityksen logiikan mukaisesti

Uusi todellisuus. Uudet menetelmät.



Nuori aikuinen

Aikuistalous
(ei lapsia)

Lapsiperhe
(< 7-vuotta)

Lapsiperhe
(8-18-vuotta)

Lapsiperhe
(> 18-vuotta)

Seniori

KESTÄVÄ KEHITYS

TERVEYS

TURVATTOMUUS/LUOTTAMUS

HENKILÖKOHTAISUUS

KÄYTTÖOIKEUS/LÄPINÄKYVYYS

LAPSET/LAPSEN LAPSET

HELPPOUS/AJANSÄÄSTÖ

Miten teet asiakkaan näkyväksi?

KIITOS!

paivi.voima@hanken.fi