

Päivi Timonen

Petteri Repo

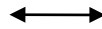
Kuluttajatutkimuskeskus



Kuluttajat uusien liiketoimintaideoiden
kehittäjinä, testaajina ja välittäjinä

Kuka määrää?

Tuote-, asiantuntija- ja markkinakeskeisyys



Kuluttaja- ja käyttäjäkeskeisyys

“Puu on uusiutuva rakennusmateriaali ja puusta valmistetut tuotteet sitovat hiiltä.”

“Kestävä ja ajaton. Eipähän heti tartte ruveta uusimaan!”

Millainen tulevaisuus on?

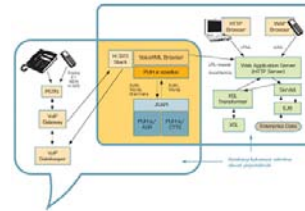
Kulutus elämäntapana laajenee kaikkialle - Kulutustuotteiden tuotanto ja kuluttajat erkaantuvat fyysisesti - Standardisoidut tuotteet ovat sieluttomia - Kuluttajat yksilöllistyvät - Kuluttajat haluavat uudenlaista yhteisöllisyyttä - Uusi kuluttaja haluaa vaikuttaa - Aasialaiset kuluttajat ottavat ympäristön huomioon - Aineeton kulutus lisää kulutusta entisestään - Julkisen sektorin osuus palveluntuotannosta vähenee - Kotityön sijaan ostetaan palveluita - Turismi kiihdyttää kulutusta - Kotitaloudet pienenevät - Laitteiden elinkaari lyhenee - Laitteiden lukumäärä kodeissa kasvaa - Kulutus yksilöllistyy - Ihmisellä on monta kotia - Kulutus kasvaa, koska tuotteet halpenevat - Elintarvikkeiden osuus kulutusmenoista supistuu - Tavaroiden kulutuksesta siirrytään asteittain palveluihin ja elämyksiin - Palvelut halpenevat vain automatisoinnin kautta - Vapaa-aikaan käytetään enemmän rahaa - Virtuaalikulutus on kallista - Uudet kulutustarpeet lisäävät kulutuksen määrää, koska vanhat tarpeet poistuvat hitaasti - Kuluttaja ei yksin voi ratkaista ympäristöongelmia - Asenteet siirtyvät hitaasti käytännöiksi - Tarpeet muuttuvat ajassa - Kulutusta on helpointa rajoittaa sykäyksittäin - Kestävä kulutus vähentää ympäristön kuormitusta - Vapaa-aika ei lisäännä - Vähittäiskauppa tehostuu kuluttajan kustannuksella



Kuinka pääset tulevaisuuteen?

Vuorovaikuttamalla kuluttajien kanssa:
verkkofoorumit, yhteiset pajat, etnografia, kärkikäyttäjät,
avoimet tuotteet ja alustat, demot, betat...

Näin kehitetään ideoita ja ratkaisuja, testataan niitä ja luodaan välittäjiä
tulevaisuuden markkinoille



Mitä se voisi tarkoittaa puualalla?

- tutustumista tee-se-itse -tekijöihin ja heidän ratkaisuihinsa
 - asukkaiden mukaan kutsumista konseptiverstaisiin
 - puukilpailujen järjestämistä, leikittelyä
 - vieraskäynnit puutehtailla, maistiaiset
 - epäfunktionaalisten sisustuselementtien kehittäminen, tuunaus
- sellaisen ymmärrettävän järjestelmän kehittäminen, että tavallinenkin taitamaton voisi loihtia luovia rakennuksia, vrt. Ikean keittiö
 - kokeiluja ja käyttäjätestejä muovi- ja metallipuulla
- www-työkalu, jolla voi rakentaa peruspalikoista itselleen unelmien kyhäelmän, parhaat ja hauskimmat palkitaan

(jos tiukasti määritelty ekologisuus ei myy, voi myydä jotain aivan muuta...)

Kannattaa tutustua!

The screenshot shows the homepage of juuseri.com. At the top, there is a navigation bar with links for 'Koti', 'Espuho', 'Koiria haudattuna', 'Tekijät', 'Tähtöselmä', and 'Xtra: Lue lisää'. Below this is the juuseri.com logo and a large orange banner with the text 'käyttäjät mukaan tuotekehitykseen'. Underneath the banner are four category links: '| Kaikki |', '| Kokeile |', '| Viimeistele |', and '| Kannustusta |'. The main content area features two 3D-rendered female avatars. To the right of the avatars are three sidebar sections: 'Keskellejä' (Hybridimedia, Mobiliblogi, Mobilivideo, Oppiva ulisporttaali, Puheentunnistus, Xtra: Menestystarinoita), 'Myytimurtaaja' (Ei ole aikaa, En osaa, Käyttäjät eivät osaa, Haluaa lisää, Tunnen alani, Vain häiritsee), and 'Sudenkuoppia' (Ei kerro markkinoista, Palautte on epämielivästä, Tuottaa vain pettymyksiä, Väärä kysymykkiä). At the bottom, there is a footer with 'Juuseri.com © 2007' and 'Kuluttajatutkimuskeskus Tekes'.

juuseri.com

The screenshot shows the homepage of udi.fi. At the top, there is a navigation bar with links for 'Etusivu', 'Cisat', 'Aineisto', 'Blogi', 'Palveluja', and 'Ota yhteyttä'. Below this is the udi.fi logo and three social media icons (Facebook, RSS, Search). The main content area features a large blue banner with the text 'Käyttäjälähtöisyys kannattaa. Kaikkiällä.' and a photograph of a man fishing. Below the banner is a section titled 'Rapala' with a 'Tutustu tarkemmin »' button. The text in the Rapala section reads: 'Rapalan ainutlaatuiset uudet sytytykset yllätyksen perustajan Leevi Rapalan osien kalastuskokemusten pohjalta. Likkälämmäällä on yli 60-vuotinen historia, ja se on uudenlainen.' Below this is a quote: 'Yhdessämillä meidän on kehitettäväkseen ja kansainvälisen tuotekehityksen voimien olla varmasti sinä, että pystymme tarjoamaan maailmalla kalastajille uusia elämyksiä rikastuttamaan harrastusta.' At the bottom, there are four small thumbnail images.

udi.fi