Käyttäjät urheilualan tuotekehityksessä

Petteri Repo
Kuluttajatutkimuskeskus
petteri.repo@ncrc.fi

Tausta

- Toffler, Leadbeater, Howe, Raymond: prosumer, proam, crowdsourcing, open source
- von Hippel, Shah, Baldwin, Hienerth, Jeppesen: maastopyörä, rodeokajakki, open source, user communities
- Wikström, Grunert, Cova, Dalli: Ikea, consumer quality, exploitation
- Pohjoismainen käyttäjälähtöinen innovaatiopolitiikka – user driven innovation policy
- Kuinka asiat ovat pohjoismaisella urheilualalla? Voisiko alasta ottaa oppia?

Andy Armstrong

t-lo

SOME RIGHTS RESERVED

Markkina-, asiakas- ja käyttäjätieto

Markkinatieto	Markkinatutkimuksista, kilpailijavertailuista, erilaisista tilastoista	Antaa yleiskuvan potentiaalisista ostajista, vakiintunut tapa kertoa asiakkaista
Asiakastieto	Asiakas- ja vikapalautteesta, partnereilta, myyjiltä, asiakastutkimuksista	Todellista tietoa todellisista asiakkaista
Käyttäjätieto	Nykyisten tai tulevien käyttäjien tutkimisesta tai heidän kanssaan tehdystä yhteistyöstä	Antaa yksityiskohtaisen käsityksen siitä, miten ja miksi käyttäjät toimivat ja mitä he haluavat. Yhdistää markkina- ja asiakastiedon toisiinsa. Hyysalo 2006

Miksi urheiluala?

- Klassikot
- Tuotantoa pohjoismaissa
- Lähellä käyttäjää
- Alan paikallisuus: mahdollisuus erikoistua

5 toimintatapaa urheilualalla

1. Käyttäjäinnovaattorit: muokkaavat ja kehittävät välineitä
2. Ammattilaiset: urheilijat ja seikkailijat
3. Innokkaat amatöörit: suhteessa yrityksiin, vrt. asiakastieto
4. Intohimoiset työntekijäharrastajat, vrt 1.
5. Ketjujen käyttäjäostajat: brändit ja tuotesarjat

Käyttäjät vaikuttavat tai osallistuvat tekniseen muotoiluun, visuaaliseen muotoiluun, brändäykseen ja tuotejärjestelmien kehittämiseen.

Esimerkki: Oma ammattilaistalli

- Olympiamitalisti ja maailmanmestari Harri Kirvesniemi aloitti tuotekehityksen Karhun sponsoroimana hiihtäjänä. Uransa jälkeen hän on toiminut tuote- ja tehdaspäällikkönä.
- Kaikilla Karhun sponsoroimilla hiihtäjillä on velvoite osallistua tuotekehitykseen.
- Kilpa- ja harrastussukset ovat samankaltaistuneet. Siksi kilpasuksia kehittämällä voidaan kehittää suksia myös muille hiihtäjätyypeille.

Esimerkki: Harrastajat rakentavat hiihtotunnelin

- Hiihtotunneli tarjoaa vakioidut olosuhteet koko vuoden ajan, tehden hiihdosta sisälajin. Matala latuprofiili ja latujärjestelyt tekevät hiihtämisestä miellyttävää eritasoisille hiihtäjille.
- Kokeneet harrastajat vastasivat tunnelin rakentamisesta. Heille oli alun alkaen selvää, että kilpahiihtäjät eivät tarvitse tunnelia, koska leireilevät paljon ja tarvitsevat vaihtelevia olosuhteita. Virikkeitä hankittiin sisälaskettelukeskuksista, jäähalleista ja uimahalleista.

Pohdintaa

- Pohjoismaisilla urheilualan yrityksillä on vakiintuneita tapoja hankkia käyttäjätietoa (ainakin 5!)
- Käyttäjätieto auttaa yhdistämään ja ymmärtämään markkina- ja asiakastietoa
- Systemaattinen käyttäjätiedon hyödyntäminen voi tarjota kilpailuetuja ja avata uusia markkinoita
- Käyttäjätieto on luonteeltaan paikallista: mahdollisuus kotimaiselle tuotannolle, haaste viennille
- Klisee: pitää ”tuntea” eri markkinoiden kuluttajat (mutta miten: markkina-, asiakas- vai käyttäjätiedon keinoin?)