

01.01.2008

Uusi työkalu kuumiin aiheisiin

Käyttäjäpsykologian laboratoriossa yhdistetään palveluliiketoiminta ja Web 2.0

Novel Social Technologies Action Platform for Future Services Businesses Management on Agora Centerin sähköisen palveluliiketoiminnan kehitysprojekti. Sitä vetää käyttäjäpsykologian laboratorion tutkija, filosofian tohtori Sacha Helfenstein ja se kestää heinäkuusta 2007 vuoden 2009 loppuun.

- Nykyään liikevaihto tulee yrityksille enemmän palveluliiketoiminnasta kuin varsinaisesta fyysisten tuotteiden myynnistä. Palveluliiketoimintaa voivat olla esimerkiksi myydyin tuotteen ylläpidosta huolehtiminen tai erilaiset lisäpalvelut, Sacha Helfenstein selventää.
- Toinen tärkeä pilari tulevaisuudessa on yritysten toiminta verkossa. Pelkkä yritystoiminnan esittely omilla Internet-sivuilla on jäänyt historiaan. Sitä vastoin nykyään yritykset siirtävät yhä enemmän palvelujaan verkkoon ja kommunikoivat siellä asiakkaidensa kanssa.

Työkalu yritysten käyttöön

Projektin tavoitteena on kehittää verkkopalvelualusta, joka helpottaa kommunikointi- ja verkostoitumistehtäviä yrityksissä. Yhteistyön ja yritysten välisen tiedonsiirron avulla voitaisiin luoda yritysten toimintaa helpottava asiantuntijaverkosto, Expert Network.

- Tarpeet löytyvät palveluliiketoiminnasta ja mahdollisuudet tekniikasta, mutta ratkaisevaa on ihmis- ja toimintalähtöinen eli käyttäjäpsykologinen lähestymistapa, kertoo Helfenstein ja jatkaa: - Tuote tulee olemaan generatiivinen sovellus, jossa on erilaisia komponentteja, joita voidaan sitten ottaa käyttöön kunkin yrityksen tarpeen mukaan. Sovelluksen lisäksi yritykset saavat konsultaatiota.

Teknolohiateollisuuden tarpeisiin

Projekti lähti liikkeelle, kun Teknolohiateollisuuden 100-vuotissäätiö haastoi yliopistoja ja tutkimusinstituutteja keksimään uusia ideoita suomalaisen elinkeinoelämän tueksi. Sen partneriyrietyksiksi on saatu eri alojen pieniä ja keskisuuria, Jyväskylän seudulla toimivia teknolohiateollisuuden yrityksiä.

- Ideana on nimenomaan auttaa pieniä yrityksiä, joilla on halu päästä mukaan Web 2.0 -kehitykseen, mutta ei ole omia resursseja tähän, tarkentaa Helfenstein.

Projektin markkinointi yrityksille on Helfensteinin mukaan ollut helppoa. Tutkimuksen fokuksipisteet ovat täsmänneet jopa yllättävän hyvin niiden ongelmien kanssa, joita yrityksillä on.

Tutkimuksen taustalla jatkuvuuden ja tukemisen filosofia

Tutkimuksen päätavoitteena on selvittää yritysten liiketoiminnan kehittämisen tarpeita sekä kykyä hyödyntää Web 2.0:a. Tarkoitus ei ole saada taloudellista hyötyä, vaan palvella yrityksiä säätiön antaman rahoituksen avulla.

- Hyödyntämisenäkökulma ja pitkäjänteisyys ovat minulle tärkeitä, eivätkä vain itse projekti ja siinä tapahtuva tutkimus. Sovellusta täytyy kehittää edelleen yritysten käyttökokemusten perusteella. Myös omaksumisen tukeminen projektin ja sovelluksen käyttöönoton jälkeen on

ensiarvoisen tärkeää, korostaa Helfenstein.

Teksti: Virpi Suikki

Artikkeliin liittyvä kuva:

