

Laura Hämäläinen 19.5.2009

Tuotteistus kirjaston palvelujen kehittäjänä Case Yrityksen verkkotietoiskut



TURUN AMMATTIKORKEAKOULU
TURKU UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

www.turkuamk.fi

Palvelujen tuotteistus

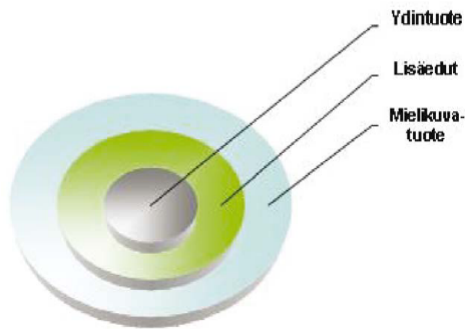
- Tuotteistus: asiakkaalle tarjottavan palvelun määrittelyä, suunnittelua, kehittämistä, kuvaamista ja tuottamista.
- Tuote koostuu kolmesta perusosasta: nimestä, sisällöstä ja hinnasta. Kaikki nämä tiedot on pystyttävä perustelevaan ja määrittelemään asiakkaille.
- Tuotteistus voidaan nähdä myös palvelujen täsmentämisenä, spesifioimisena ja profiloitina. Tuotteiden määrittelyn lisäksi on tarkoitus jäsentää koko palvelutuotanto hallittavampaan muotoon.
- Tuotteistus toteutetaan yleensä prosessina, jossa yrityksen tietyt palvelut pyritään jäsentelemään ja määrittelemään. Palvelun tai tuotteen myyjien ja tarjoajien tulisi olla mukana tuotteistusprosessissa, sillä heidän työhönsä tuotteistus vaikuttaa eniten.



TURUN AMMATTIKORKEAKOULU
TURKU UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

www.turkuamk.fi

Tuotteen sisällöllinen rakentaminen



Tuotteen kerrostuminen

Tuote voidaan jakaa kolmeen osaan: ydintuotteeseen, lisäetuihin ja mielikuvatuotteeseen.

Ydintuote ja lisäedut muodostavat yhdessä raakatuotteen, joka on muutettava markkinoitavaan muotoon ennen kuin sitä voidaan myydä.

Kirjastopalvelujen tuotteistus ja markkinointi

- Perinteisestä organisaatiolähtöisyydestä kohti asiakaslähtöisyyttä. Organisaation tarpeiden sijaan pyritään tyydyttämään asiakkaiden tarpeet ja selvittämään asiakaskunnan tyytyväisyyttä.
- Tuotteistus käy hyvin yksiin asiakaslähtöisen toimintamallin kanssa. Asiakasnäkökulma on koko tuotteistamisprosessin ajan pidettävä mielessä ja sitä on toteuttava mm. markkinoinnissa.
- Kirjastolla on nonprofit -organisaationa eräitä erityispiirteitä, jotka on otettava markkinoinnissa huomioon. Toiminnassa etusijalla eivät ole taloudelliset tavoitteet, vaan määritellyn mission saavuttaminen. Myös vaihdantasuhde on erilainen kuin voittoa tavoittelevan yrityksen.

Tuotteistuksen hyödyt

Kirjaston näkökulmasta tuotteistuksen hyötyjä ovat:

- helpompi markkinoitavuus ja palvelun monistettavuus.
- yhteistyö kehysorganisaation kanssa helpottuu ja henkilöstön osaaminen saadaan paremmin esille.
- toiminta saadaan taloudelliseksi ja säästetään resursseja.

Tuotteistus merkitsee suunnitelmallisempaa toimintaa ja voimavarojen keskittämistä. Näin myös ylimääräinen toisto katoaa ja riippuvuus yksittäisistä asiantuntijoista vähenee.



www.turkuamk.fi

Yrityksen verkkotietoiskut -tapahtuma

- Yrityksen verkkotietoiskut on Turun ammattikorkeakoulun kirjaston hallinnoiman *ICT -kirjasto-tietopalvelu alueellisena tietokeskuksena* -hankkeen järjestämä yritysten tiedonhankintaan ja verkkotiedonlähteisiin keskittyvä tapahtuma.
- ICT -tietokeskusprojekti on Turun korkeakoulujen yhteinen projekti, jonka tarkoituksena on mm. kehittää palveluja Turun Science Parkin yritysten tarpeisiin. Yrityksen verkkotietoiskut -tapahtuman organisoiminen on ollut yksi tähän päämäärään tähtäävistä toimista.

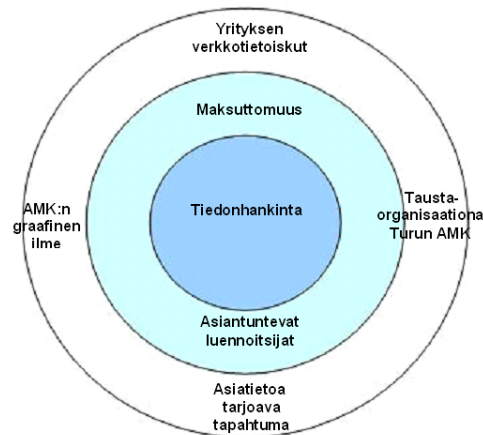


www.turkuamk.fi

Yrityksen verkkotietoiskut –tapahtuman tuotteistuksen tavoitteet

- Tiedonhankintatapahtuman tuotteistuksella tavoiteltiin:
 - helpompaa järjestettävyyttä
 - selkeämpää ja hyvin määriteltyä sisältöä sekä
 - tiedottamisen ja markkinointiviestinnän tehostumista.
- Yrityksen verkkotietoiskut -tapahtuman toteuttamisesta vastaavat eri vuosina eri henkilöt, joten oli tarkoituksenmukaista luoda itsenäinen ja helposti toistettava kokonaisuus, joka olisi siirrettävissä eri henkilöiden vastuulle.
- Tuotteistuksen tulisi aina pohjautua yrityksen liiketoimintastrategiaan. Koska kyseessä on projektin puitteissa järjestettävä tapahtuma, tuotteistus rakentui pääasiassa projektisuunnitelmassa määriteltyjen tavoitteiden pohjalta.

Tuotteen sisällöllinen rakentuminen Yrityksen verkkotietoiskut -tapahtumassa



Yrityksen verkkotietoiskut -tapahtuman tuotteistaminen

Tuotteistusprosessin eteneminen

- Kohderyhmän määrittely: pääkohderyhmänä Science Parkin ja Bio Turun sekä koko Kupittaaan alueen pk -yrittäjät.
- Tarveperustojen määrittely: ICT -yrittäjille tehdyssä kyselyssä esille tulleet tarpeet, pk -yrittäjiä kiinnostavat aiheet.
- Tuotteen sisällöllinen rakentaminen: Tuotteen kerrostuminen
- Tuotteen markkinoinnillinen kuvaus: mainonta sähköpostitse, Internet-sivujen kautta, julistein ja tilaisuuksissa jaettavin esittein.



www.turkuamk.fi

Yrityksen verkkotietoiskut -tapahtuma tuotteena

- Tuotteistuksen tavoitteista monistettavuus ja kopioitavuus toteutuivat suunnitellusti. Tapahtuman organisoiminen jäi edelleen pääasiassa yhden henkilön vastuulle, mutta toteutus dokumentoitiin niin tarkasti, että konsepti oli jäljennettävissä myös muiden käyttöön.
- Kohderyhmän valinnassa tuotteistusprosessia ei viety täysin loppuun. Kohderyhmärajauksessa olisi pyrittävä löytämään jonkinlainen tasapaino, niin että verkkotietoiskujen sisällöstä voitaisiin tehdä vieläkin yhtenäisempi ja tarkemmin määritelty kokonaisuus.
- Markkinointi onnistuttiin tiukasta aikataulusta huolimatta toteuttamaan melko kattavasti ja tapahtumasta tiedotettiin niin yritysmaailman piirissä kuin korkeakouluissakin.



www.turkuamk.fi

YRITYKSEN VERKKOTIETOISKUT



30.10.2007
ICT-TALO
Turku, Kupittaa

Tervetuloa kuuntelemaan maksuttomia yritysten tiedonhankintaan ja verkkotiedonlähteisiin keskittyviä tietoiskuja.

Tietoiskut valitsevat web-2.0:n ja sen tarjoaman yhteisöllisyyden hyötyjä yritysten näkökulmasta. Lisäksi korostaan patenttiedonlähteen etäimistöä oman alan patenttitietojen löytämiseksi, kilpailijoiden seurauksiksi ja ennakkotiedoksi omia patenteja varten. Tietoiskussa esitellään myös kaupallisen verkkopalvelu. Osallistujat voivat tilaisuudessa ilmoittaa yhteystietonsa, jotka toimitetaan WSOYpro-palveluun kausikauden ilmaisen koekäytön avaimiksi.

Aika: Tiistaina 30.10.2007, klo 17:00 - n. 19:15
Paikka: ICT-Talo, Isokallionskatu 3-5, 20520 Turku
Huone C1042 Myy, C-porras, 1. kerros, opastus aulasta.

Ohjelma:
17:00 - 17:15 Tervetuloäkäsi
17:15 - 18:00 Web 2.0 pk-yritysten näkökulmasta - sosiaalisen median mahdollisuuksia
Kari Holmberg, Tutkija, Yhteisöisten maisteri, Abo Akademin Informaatiotutkimuksen laitos
18:00 - 18:45 Patenttiedonlähteenä verkossa
Tapio Järvenstam, OI, Keksintökeskus, Varsinais-Suomen TE-keskus
18:45 - n.19:15 WSOYpro Yhteysohjelma - Talous- ja henkilöstöhallinnon apuväline
Mikko Berg ja Touko Pasikainen, Turun AMK:n kirjasto- ja tietopalvelun koulutusohjelman opettajat

Ilmoittautuminen: 26.10.2007 mennessä Eeva-Liika Eskolalle: eeva-liika.eskola@turkuamk.fi, gsm: 050 5185300
TERVETULOA!

Yrityksen verkkotietoiskut järjestetään osana opetusministeriön osarahoittamaa Turun AMK:n kirjaston hallinnoimaa ICT-kirjasto-tietopalvelu alueellisenä tietokeskuksena -haniketta.



Huomioita tuotteistusprosessista

- Ihannetilanteessa tuotteistus käynnistyy huolellisesta taustoituksesta, jonka pohjalta lähdetään rakentamaan toimivia ja tarkoin määriteltyjä tuotteita.
- Teoriat ovat sinällään hyvin käytännönläheisiä ja käyttökelpoisia, mutta niiden yksityiskohtainen toteuttaminen vaatii runsaasti aikaa ja paneutumista.
- Tuotteistaminen vaatii selkeitä suunnitelmia ja sitoutumista ajatukseen. Prosessia täytyy johtaa ja jonkun on otettava vetovastuu tuotteistuksen onnistumisen takaamiseksi.



www.turkuamk.fi

Kirjallisuutta

- Holma, Tupu (toim.) 1998. Tuotteistus tutuksi. Idea ja työvälineet. Esimerkkinä kuntoutuspalvelut perusterveydenhuollossa. Helsinki: Suomen kuntaliitto
- Kotler, Philip & Armstrong Gary 2004. Principles of marketing. 10th ed. Upper Saddle River (N.J.): Pearson Prentice-Hall.
- Lehtinen, Uolevi & Niinimäki, Satu 2005. Asiantuntijapalvelut. Tuotteistamisen ja markkinoinnin suunnittelu. Helsinki: Werner Söderström osakeyhtiö.
- Rope, Timo 2005. Suuri markkinointikirja. 2. painos. Helsinki: Talentum.
- Rowley, Jennifer 2001. Information marketing. Aldershot: Ashgate.
- Sipilä, Jorma 1999. Asiantuntijapalvelujen tuotteistaminen. 2. painos. Porvoo: WSOY.
- Vuokko, Pirjo 2004. Nonprofit-organisaatioiden markkinointi. Porvoo: WSOY.