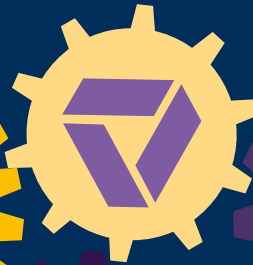
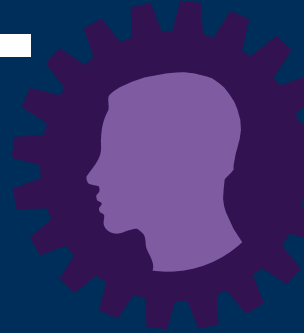


RISTO LAUNIS

KYSYNTÄ- MARKKI- NOINTI

**neljännessä teollisessa
vallankumouksessa**



Kysyntämarkkinointi
neljännessä teollisessa
vallankumouksessa

© 2020 Risto Launis
Piiirustukset: Emmi Klemetti
Taitto ja kansi: Books on Demand
Kustantaja: BoD – Books on Demand, Helsinki, Suomi
Valmistaja: BoD – Books on Demand, Norderstedt, Saksa
ISBN: 978-952-80-3015-7

Kysyntämarkkinointi neljännessä teollisessa vallankumouksessa –

kertomus yhteiskunnan ja
teknologian mullistuksien
vaikutuksista asiakassuhteisiin

Aihetunnisteet #kysyntämarkkinointi

Avainsanat Kysyntämarkkinointi Kysyntämuuttuja
Markkinointi Asiakasdialogi Asiakaskokemus Asiakaspalvelu
Digitalisaatio Teolliset vallankumoukset

SISÄLLYSLUETTELO

LUKIJALLE	6
TEOLLISET VALLANKUMOUKSET	8
ARVOPOHJAISSUUS LIIKETOIMINNASSA	14
UUDET LIIKETOIMINTAMALLIT	16
MARKKINOINNIN AIKAKAUDET	20
KYSYNTÄMARKKINOINTI	24
ASIAKASDIALOGIT	29
PÄÄTTELEVÄ DIALOGI	31
KESKUSTELEVA DIALOGI	33
KUUNTELEVA DIALOGI	39
KYSYNTÄMUUTTUJA-RATKAISU	43
ASIAKASRAJAPINNAN TEKNOLOGIAT	48
TV:N JA UUSIEN TEKNOLOGIEN ROOLI MAINONNASSA	58
MARKKINOINNIN VAIKUTTAVUUS JA MITTAAMINEN	60
LOPUKSI	72
LIITE: TEKNOLOGIATOIMITTAJIA	73
LÄHDELUETTELO	81

LUKIJALLE

Asiakas on ihminen, jolla on yksilölliset elämäntilanteet, tarpeet, halut ja arvot.

Kirjoitin tämän kirjan sinulle, joka olet kiinnostunut ihmiskeskeisestä asiakaskokemuksen kehittamisestä. Miten aidosti voimme ennakoida ihmisten ongelmia ja auttaa niiden ratkaisussa? Miten tunnistamme ihmisten tarpeet jo ennakoon?

Kerron esimerkin omasta elämästäni.

”Ostin Sous Vide -laitteen ja muutaman käyttökerran jälkeen se ei enää toiminut. Hain Googlesta, keskustelufoorumeista ja laitevalmistajan sivuilta syitä rikkoutumiseen ja ratkaisua ongelmaan.”

Tämän jälkeen minut kyllästettiin valmistajan Sous Vide -mainoksilla ja minulle kaupiteltiin uutta laitetta. Harmitti. Minullahan oli jo toimimaton laite. Enemmän olisin halunnut vastauksia siihen, voisinko saada laitteen uudelleen toimimaan.

Ehkä seuraava asiakaskohtaaminen olisi ollut minulle parempi?

”Ostin Sous Vide -laitteen ja muutaman käyttökerran jälkeen se ei enää toiminut. Hain Googlesta, keskustelufoorumeista ja laitevalmistajan sivuilta syytä rikkoutumiseen ja ratkaisua ongelmaan. Laitevalmistajan sivulla avautui chatbotti, joka kysyi: Onko laitteessasi jokin ongelma? Keskustelun aikana chatbotti kertoi, että laite on todennäköisesti rikkoutunut kastumisen vuoksi ja tämä ei valitettavasti sisälly takuuseen. Sen jälkeen chatbotti tarjosi uutta laitetta puoleen hintaan ja tilasinkin sen helposti chatbotin kautta.”

Kirjani johtopäätökset perustuvat yhteiskunnan, liiketoiminnan ja teknologian kehittymisen historialliseen jatkumoon.

Löydöksenäni esittelen kysyntämarkkinoinnin, joka tarkoittaa ihmiskeskeistä ja yksityiskohtaista kysynnän löytämistä. Kysyntä kertoo ihmisten haluista, tarpeista ja arvoista valintojen pohjana.

TEOLLISET VALLANKUMOUKSET

Ensimmäisessä teollisessa vallankumouksessa 1750-luvulta alkaen Englannin johdolla mekanisoitiin tuotantoa höyrykoneilla. Toisessa vallankumouksessa 1800-luvun lopulta alkaen erityisesti Yhdysvalloissa ja Saksassa luotiin massatuotantoa sähköenergian ja öljyn avulla. Kolmannessa vallankumouksessa 1960-luvulta lähtien Yhdysvallat kärjessä automatisoitiin tuotantoa ja toimistotyötä hyödyntäen tietotekniikkaa. Paraikaa ollaan neljännen teollisen vallankumouksen alkuhetkillä.¹

Yhteiskunnallisesti toinen teollinen vallankumous loi kahtiajaon työvoiman ja pääoman välillä. Pääomat keskittyivät ja teollisuuteen kehittyi uusia työrooleja. Muutos vaikutti kielteisesti vähemmän koulutettuihin työntekijöihin. Epätasainen tulonjako synnytti sosiaalista levottomuutta. Murros edesauttoi uusien aatteiden, kuten nationalismin, liberalismien ja sosialismin, leviämistä.

Sosialismin teoria kiteytettiin Karl Marxin ja Friedrich Engelsin 1848 julkaistussa Kommunistisessa manifestissa sanontaan ”Kaikkien maiden proletaarit, liittykää yhteen!”² Liikehdintä johti ammattiliittojen ja uusien sosialististen puolueiden syntyyn. Perustettiin asiakkaiden tai työväenliikkeen omistamia osuuskuntia ja teollisuutta.

Tärkeimmät toisen teollisen vallankumouksen tekniset innovaatiot syntyivät jo 1800-luvun lopulla, mutta tuottavuuden kasvu ja tulojen tasaisempi jakaantuminen alkoi vasta 1920-luvulla.³ Tällöin ennen harvojen saatavilla olleet tuotteet ja palvelut tulivat mahdollisiksi laajemmalle joukolle ihmisiä. Esimerkiksi Yhdysvalloissa autot yleistyivät huomattavasti.⁴

NELJÄS TEOLLINEN VALLANKUMOUS

Historia toistaa itseään. Meneillään oleva neljäs teollinen vallankumous⁵ eli digitalisaatio ja sen rinnalla tapahtuva globalisaatio muistuttaa toista teol-

lista vallankumousta. Muutokset ovat vasta alussa. Esimerkiksi Yhdysvalloissa on arvioitu, että digitaalinen sektori on alle 10 prosenttia maan taloudesta.⁶

Datan prosessointi ja siirtäminen sekä mobiilit ratkaisut kehittyvät nopeasti ja teknologiat tulevat edullisimmiksi. Mooren lain mukaan mikrosirun laskentateho kaksinkertaistuu 18-24 kuukauden välein.⁷

Yhdysvalloissa Google⁸ ja IBM⁹ kilpailevat laskentatehoa merkittävästi lisäävien kvanttietokoneiden kehityksestä. Kiinassa on saatu kolme neljästä alan patenteista.¹⁰ Hyötyjen realisointiin ei riitä ainoastaan stabiiliksi kehitetty tekninen ympäristö. Sen lisäksi tarvitaan uusia menetelmiä ja algoritmeja. Kaupallistaminen tapahtuu mahdollisesti 2020-luvun loppupuolella.

Nielsenin lain mukaan Internet-yhteyksien kaistanleveys kasvaa noin 50 prosenttia vuodessa.¹¹ 5G-verkot¹² sekä uusi tapa jakaa ja toteuttaa päätte-laitteita¹³ mahdollistavat uusien teollisen mittakaavan konseptien luomisen. Julkiset ja yksityiset 5G-verkot edesauttavat uudenlaisten vertikaalisten konseptien leviämisen esimerkiksi liikenteeseen, tehtaisiin tai terveydenhoitoon.

5G-verkot ja uudet kytkentäpisteet lisäävät verkotettujen laitteiden ja sensoreiden lukumäärää. Tulevaisuudessa kaikki laitteet ja sensorit, joissa on mitattavaa tai ohjattavaa, tullaan kytkemään verkkoon. Osassa laitteista on jopa kymmenen vuotta kestäviä akkuja. Kytkettyjen laitteiden lukumäärä moninkertaistuu ja niitä on jatkossa enemmän kuin suoraan sähköä käyttäviä laitteita.

Datan tallennus ja prosessointi siirtyvät pilveen ja verkottuneet laitteet ja sensorit lisäävät datan määrää eksponentiaalisesti mullistaen sekä yhteiskuntaa että liiketoimintaa. Toisen teollisen vallankumouksen aikana sähkö mullisti tuotantoa. Tänäpäin vastaavasti pilvipalvelujen tarjoajat ovat sähkölaitoksia ja verkottuneet laitteet sähkölaitteita.

Data on tekoölyn polttoaine. Tekoölyä on kehitetty jo pitkään. Ensimmäisen kerran 1956 Dartmouth Workshopissa käytettiin käsitettä ”tekoöly”.¹⁴ Sen jälkeen on edetty sykleissä ja välillä ”takatalvessa”.¹⁵ Tekoölyn kehitys

perustuu koneoppimiseen ja neuroverkkoihin. Tätä on tukenut datan lisääntyminen ja prosessoritehon kehitys.

Nykyinen tekoäly ei ole yleistä vaan keskittyy yksittäisten ongelmien ratkaisemiseen. Yleinen tekoäly pyrkii sen sijaan ymmärtämään asioiden välisiä yhteyksiä. Sitä ei ole vielä olemassa ja sen kehittyminen vaatii uusia teorioita. Uudet teoriat muodostetaan ”liitutaululla” ja niiden kehittäminen vie aikaa. Tekoälyn ja koneoppimisen odotusarvot ovat erityisesti yleisen tekoälyn suhteen suuret. Tämän takia uusi ”takatalvi” on ehkä tulossa.

TUOTTAVUUS JA TYÖN MURROS

Tunnistetut tai käytössä olevat teknologiat kykenevät McKinseyn tekemän tutkimuksen mukaan korvaamaan jopa 45% ihmistyöstä.¹⁶ Työn korvaaminen ei tarkoita samaa kuin ammattien korvaaminen. Ammateista tutkimuksen mukaan on suoraan korvattavissa vain 5%, mutta 60%:ssa ammateista voidaan korvata vähintään 30% työtehtävistä.

Digitalisaation odotusarvona on lupaus paremmasta tuottavuudesta. Uuden tuottavuuden äärellä oleviin globaaleihin alustayrityksiin kohdistuu satumaisia tulevaisuuden odotuksia. Tämä on mahdollistanut isojen pääomien syntymisen. Pääomat Yhdysvalloissa ovat keskittyneet ja muodostuminen on kiihtynyt samanlailla kuin toisen teollisen vallankumouksen alussa.¹⁷

Uusien työkalujen ja toimintatapojen arkipäiväistyminen ja monimutkaisten ekosysteemien, kuten terveys tai liikenne, luominen ei tapahdu hetkessä. Tuottavuutta nostavien ekosysteemien kehitys vaatii yleensä monenkeskistä kansallista ja kansainvälistä yhteistyötä julkisten ja yksityisten toimijoiden välillä. Tämä tarkoittaa esimerkiksi uusia standardeja tai muutoksia lainsäädäntöön. Nykyinen pistemäinen tekoälyn käyttöönotto ei ole lisännyt tuottavuuden kasvua.¹⁸ Huippuyksilöitä lukuun ottamatta kansalaisten suhteellinen tulotaso vähentynyt tai pysynyt samana.¹⁹

Jos neljäs teollinen vallankumous etenee kuten toinen, tuottavuus paranee ehkä vasta 2030-luvulta alkaen ekosysteemisen kehityksen myötä. Tulot ja



Kysyntämarkkinointi – miksi, mitä ja miten?

Neljäs teollinen vallankumous on aikaansaamassa muutoksia yhteiskunnassa, ihmisten arvoissa ja käyttäytymisessä. Asiakkaat ovat valtaistuneet ja asiakaskohtaamisissa korostuvat ihmisten arvot, tunteet ja tarpeet. Tämä johtaa enenevään vaatimukseen ymmärtää asiakaskysyntää ja se myötävaikuttaa uuden kysyntämarkkinoinnin aikakauden syntymiseen. Tässä kirjassa aikakausi kuvataan nyt ensimmäistä kertaa.

Kirjassa kerrotaan asiakasrajapinnan teknologioiden kehityspolku. Polku mahdollistaa kysyntämuuttujiin perustuvan uranuurtavan ratkaisun sekä digitaalisen asiakasrajapinnan tuloksellisuuden mittaamisen uudet menetelmät.

Menetelmät avautuvat lukijalle käytännölläheisin esimerkein ja ne auttavat ymmärtämään kysyntämarkkinoinnin olemuksen.

Teleammattilainen **Risto Launis** on digitaalisaation ja markkinoinnin asiantuntija. Hän tarkastelee muutoksia historiallisen jatkumon, yhteiskunnallisen viitekehyksen ja teknologisen ymmärryksen kautta. Esikoiskirja perustuu hänen pitkään ja monipuoliseen työhistoriaansa sekä blogiinsa, jonka kautta hän on kommentoinut muuttuvaa maailmaa.

BoD



ISBN: 978-952-80-3015-7