



# **TIETOPALVELUJEN TUOTTEISTUS JA MARKKINOINTI**

## **CASE:YRITYKSEN VERKKOTIETOISKUT- TAPAHTUMA**

Eeva-Liisa Eskola ja Laura Hämäläinen Turun AMK  
BMF:n syysseminaari 14.11.2007

# TAUSTAA



## ICT-kirjasto-tietopalvelu alueellisena tietokeskuksena

- T&K-projekti 2006-2008
- OPM:n ja Turun AMK:n rahoittama
- Turun AMK:n kirjaston hallinnoima

### Yhteistyökumppanit:

- Åbo Akademis bibliotek
- Turun kauppakorkeakoulun kirjasto-tietopalvelu
- Turun yliopiston kirjasto (2006)
- Turun AMK:n elektroniikan, tietotekniikan ja kirjasto- ja tietopalvelun koulutusohjelmat
- Yhteistyöyritykset



## LÄHTÖKOHTIA:

- ICT-talo – TY, ÅA, Tucs, Turun AMK elokuussa 2006
- Korkeakoulujen lisäksi ICT- ja bioalan yritystoimintaa
  - Turku Science Park
- Tieto avaintekijä liiketoiminnassa
- P&K-yrityksillä harvoin mahdollisuuksia omaan tietopalveluun
- Korkeakoulujen yhteinen ICT-kirjasto



## PROJEKTIN TAVOITTEET:

1. Tietopalvelun uusien palvelukonseptien kehittäminen pk-yrityksille
2. Tutkimus- ja kehitystyön ja opetuksen yhdistäminen
3. Tietoalan yritystoiminnan tukeminen T&K- projektien kautta
4. Korkeakouluyhteistyön vahvistuminen
5. Korkeakoulukirjastojen tutkimus- ja kehitystoiminta



## MARKKINOINTI

“The marketing concept is a service philosophy which aims at identification and satisfaction of customer information needs and integration of marketing throughout all the functional areas of library activities, managing relationships with customers by offering value added products and services to them more effectively than competitors, so as to achieve organisational goals.”  
(Singh 2005, 9).



# ASiantuntijapalveluiden tarjoaminen

## - Kolme lähtökohtaa

1. Palvelu, joka on suunniteltu, tuotteistettu ja tuotettu asiakkaiden tarpeiden ja toivomusten pohjalta.
2. Riittävät voimavarat. Organisaation kulttuurin ja rakenteen on oltava tarpeeksi tehokkaita palvelun suunnittelun, tuottamisen ja asiakalle välittämisen kannalta
3. Markkinointisuunnitelma, jossa määritellään keinot, joilla tavoitteisiin päästään. Suunnitelman pohjana on oltava tietoa asiakkaista ja potentiaalisten asiakkaista ja heidän palvelutarpeistaan. (Lehtinen & Niinimäki 2005, 61; Crane 1989).



# TIEDON- JA TIETOPALVELUNTARVEKYSELY ICT-ALAN PK-YRITYKSET

- PK-yritykset Varsinais-Suomessa
- Pienimuotoinen web-kysely (151-31)
- Teemahaastattelut 9 vastaajan kanssa
- ICT-toimialat: tavara- ja palvelutuotanto, sisällöntuotanto (ml. teleliikenne, tietojenkäsittelypalvelut, konsultointi, ei vähittäiskauppa)



- Taustatiedot

- ikä, koulutus, työtehtävät, toimiala, yrityksen koko

- Tiedontarpeet eri aihealueilta

- alan kehitys ja markkinanäkymät
- yrittäminen, johtaminen, rahoitus
- markkinointi, kansainvälistyminen
- kilpailijat, yhteistyökumppanit, asiantunijat, asiakkaat, kuluttajat
- tuotteet, T&K-toiminta
- lainsäädäntö, verotus, tilastotieto, standardit
- tapahtumat, koulutus





- ICT-alaan liittyvä tiedontarve (avoin kysymys)
- Eri tiedonlähteiden ja kanavien tärkeys työssä, esim.:
  - henkilölähteet
  - painetut ja elektroniset julkaisut
  - internet, intranet
  - tietopalvelut, kirjastot
  - kolutustapahtumat, konferenssit
  - organisaatiot ja yhdistykset
  - tietokannat



- Tiettyjen tietokantojen käyttö tai toivottu käyttö
- Tiedonhankinnan ongelmat
- Tietopalvelujen tarve
  - tiedon jalostaminen, seuranta, ammattilaisen tekemät tiedonhaut, tiedon analyysipalvelut, portaalityyppiset tietopalvelut, henkilökohtaisen tiedonhaun opastus tai tiedonhakutaitojen päivittäminen
- Ideoita mahdolliselle ICT-tietoportaalille ja muille tietopalveluille (avoin kysymys)



## TULOKSET: TIEDONTARPEET

- Eniten yleistä tietoa tarvittiin asiakkaista, alan kehityksestä ja markkinanäkymistä, kilpailijoista ja yhteistyökumppaneista.
- Seuraavaksi tulivat tiedontarpeet tuotteista, tutkimuksesta ja tuotekehityksestä, alan tapahtumista, markkinoinnista ja asiantuntijoista.
- Vähiten tietoa koettiin tarvittavan patenteista, kuluttajista, tilastoista, työsuhdeasioista ja rahoituksesta.



## TULOKSET: TIEDONTARPEET

- ICT-alan erityistieto: tekninen tuotekehitys, avoimen lähdekoodin ohjelmat, IT-alan sopimukset, tavaranvalmistajat
- Haastatteuissa: yhteistyökumppanit EU-projekteissa, EU-projekti- ja rahoitustieto, tarjouspyynnöt, alan trendit ja markkinatilanteet, kilpailija- ja asiakastiedot



## TULOKSET: LÄHTEIDEN JA KANAVIEN TÄRKEYS

- Internetin hakukoneet koettiin erittäin tärkeiksi
- Henkilölähteet, erityisesti asiakkaat, mutta myös työtoverit, muut alalla työskentelevät henkilöt sekä yritysten yhteistyötahot olivat tärkeitä tiedonlähteitä.
- Vähiten tärkeitä: ammattiyhdistykset, erilaiset kirjastot, tietokannat
- Puolet vastanneista ei kokenut tietokantoja olennaiseksi tiedonlähteeksi ja ainoastaan kahdelle vastaajalle tietokannat olivat erittäin tärkeitä.



# TULOKSET: ONGELMAT TIEDONHANKINNASSA

- Pääsy tietoon ja tiedon käytettävyys:
  - ei käyttöoikeuksia, hinta, jäsentymätön, analysoimaton tieto
- Mistä hakea/löytää tietoa?
- Puuttelliset taidot tiedonhankinnassa ja -hallinnassa
- Ajanpuute



## TULOKSET: TIETOPALVELUTARPEET

- Tietoportaali
- Henkilökohtainen tiedonhankintataitojen ohjaus
- Omien tiedonhankintataitojen päivitys
- Ammattilaisen tekemät tiedonhaut
- Ammattilaisen tekemät analyysit



## TULOSTEN SOVELTAMINEN PROJEKTISSA:

- Mm. kaksi alaprojektia integroituna Turun AMK:n opintoihin:
  - Tietoportaalien suunnittelu
  - Yrityksen verkkotietoisuus –tapahtuma 2006
    - Kyselyssä esiin tulleisiin tiedontarpeisiin ja tietopalveluntarpeisiin vastaaminen
      - Aiheet: Miten voit Googlettaa tehokkammin. Tietoa EU-rahoituksesta. WSOYpro-palvelu.
      - Vuonna 2007 tuotteistamisprosessi Laura Hämäläisen opinnäytetyön aiheena