

KYMENLAAKSON AMMATTIKORKEAKOULU

Muotoilun koulutusohjelma / Designer-stylisti

Anne Ikonen

ELÄMYSTALOUDEN HAASTE VISUAALISEN ALAN YRITYKSELLE

Opinnäytetyö 2011

TIIVISTELMÄ

KYMENLAAKSON AMMATTIKORKEAKOULU

Muotoilu

IKONEN, ANNE

Elämystalouden haaste visuaalisen alan yritykselle

Opinnäytetyö

5 sivua

Työn ohjaaja

Lehtori Liisa Palmujoki

Toimeksiantaja

Oma Yritys

Huhtikuu 2011

Avainsanat

yrittäminen, elämystalous, tulevaisuus, palvelumuotoilu, palvelupolku

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena oli tutkia asiakaslähtöisyyttä ja asiakkaan arvo-
tuotannon merkitystä sisustus- tai konseptointipalveluja myytäessä. Työn tavoitteena
oli kartuttaa tulevan yritykseni asiakaskuntaa ja muodostaa siitä selkeä asiakasseg-
menti.

Opinnäytetyö perustuu konstruktiiiviseen tutkimusotteeseen. Tässä opinnäytetyössä
selvitin yritykseni tapaa luoda asiakasyrityksille asiakaslähtöisiä tuote- ja palvelukon-
septeja ja sisustusratkaisuja. Havainnoin niiden tuottamiseen liittyvää asiakasnäkökul-
maa ja asiakkaan arvontuotantoprosessia. Tämä tutkimustyö oli laadullista eli kvalita-
tiivista tutkimusta, jonka tarkoituksena oli tuottaa ymmärrystä lisäävää tietoa palvelus-
ta, joka tuottaa arvoa asiakkaalle.

Opinnäytteen teoreettisessa osassa käsiteltiin asiakasymmärryksen ja asiakkaan arvon-
tuotannon merkitystä yrityksen kilpailukyvyn ja uuden visuaalisen alan liiketoiminnan
kehittämisessä. Teoreettisessa osassa esiteltiin muutamia yrityksen toimintamalleja lä-
hestyä eri asiakaspintoja ja kartoitettiin tietämystä jo olemassa olevista palveluproses-
seista ja tulevaisuuden palvelutarpeista.

Uuden palvelumallin syntyminen edellyttää ongelmiin pohjautuvaa tietoa sekä kykyä
havainnoida heikkoja signaaleja asiakasyritysten tulevista tarpeista. Palveluinnovaati-
oiden syntyminen edellyttää arkipäivän ongelmiin pohjautuvaa tietoa.

ABSTRACT

KYMENLAAKSON AMMATTIKORKEAKOULU

University of Applied Sciences

Design

IKONEN, ANNE

Experience economy as a challenge for visual

Company

Bachelor's Thesis

5 pages

Supervisor

Liisa Palmujoki, lecturer

Commissioned by

Own business

May 2011

Keywords

entrepreneurship, experience economy, future, service

Design, service string

The purpose of this dissertation was to emphasize the importance of customer orientation service and the significance of the customer's value production when developing a new interior design and conceptualization service. The objective of the work was to increase my company's clientele and make it a clear client segment.

This dissertation is based on a constructivist research method. The aim is to study when the company's way of focusing on the customer's point of view and the customer's value production, making a service design and interior design. This research work is qualitative research. The purpose was to produce information about the situations in which customers feel they receive good value. This information increases understanding on the part of service developers.

The theoretical part of the thesis deals with the importance of understanding customers and the value which customers produce for the company. These issues are a source of competitive advantage and a starting point for developing a new service business. The theoretical part of the thesis also introduced a general approach to the various approaches to client services, and studied knowledge of existing service processes and future service needs. All based on the experience economy.

The new service model requires the emergence of problems based on knowledge and the ability to perceive weak signals from the customers' future needs. The creation or service innovations or experience economy requires information on day-to-day problems.

SISÄLLYS

1 JOHDANTO

2 VIITEKEHYS, TUKIMUSONGELMA JA METODIT

2.3 Metodit

2.4 Metodin soveltaminen käytäntöön

2.5 Case 1 A promise of a rose garden

3 ASIAKASLÄHTÖISEN MARKKINOINTIKONSEPTIN RAKENTAMINEN

3.1 Mihin tarpeeseen yritykseni vastaa?

3.2 Asiakaspinta

3.3 Omaleimaisuus

3.4 Asiakaskuntana hotellivieraat

3.5 Case 2 Good Experience- hotellikonsepti

3.6 Konseptien vaihtoehtoiset asiakasyritykset

3.7 Haasteet, keinot ja päämäärät

4 ASIAKASSUHDE, LAATU JA SIDOKSET

4.1 Mitä tulee huomioida asiakasyhteistyössä

4.2 Case 3 & kilpailutilanteen ymmärtäminen

4.3 Asiakkaan sitoutuneisuus yritykseeni

4.4 Ladies´ Lounge ja asiakasyritys

5 ELÄMYSMARKKINAT

5.1 Elämyksen hinta

5.2 Maidostako elämyskulutustuote?

6 POHDINTA JA JOHTOPÄÄTÖKSET

LÄHTEET

