Alustatalous viidessä minuutissa

30.8.2019

Alustataloudesta puhutaan nykyään paljon, mutta mistä oikeastaan on kysymys. Lähtökohtaisesti kyse on yrityksen saatavilla olevan tiedon hyödyntämisestä ja yhteisistä digitaalisista alustoista, joissa liiketoimintaa tehdään. Alustalla voidaan jakaa ja yhdistää tietoja, jotka irrallisina eivät vielä tuota uusia palveluita, taloudellista hyötyä tai lisäarvoa asiakkaalle. Alustatalous ei ole erillinen projekti tai prosessi vaan se on osa nykyaikaisten yritysten normaalia liiketoimintaa. Tämän blogin esimerkiksi on valittu matkailu, koska se on pankkitoiminnan ohella ollut edelläkävijä digitalisuuden hyödyntämisessä. Matkailussa tunnetuimpia alustoja ovat esimerkiksi AirBnB, Uber tai kotimainen Valopilkku. Lisäksi lähes kaikilla alan suuremmilla yrityksillä on myös oma varausjärjestelmä.

Sisäisistä järjestelmistä jaettuun tietoon

Matkailun digitalisointi alkoi jo kymmeniä vuosia sitten lentoliikenteen suosion lisäännyttyä. Aluksi yrityksen sisäisillä tietojärjestelmillä hallittiin lentokoneita sekä niiden huoltoja ja reittejä. Sen jälkeen niihin lisättiin matkustajatiedot ja myöhemmin syntyi yhtiöiden välisiä yhteisiä tietojärjestelmiä, joihin voitiin kehittää esimerkiksi reitittämiseen tai kanta-asiakkaisiin liittyviä uusia palveluja.

Lentojärjestelmien rinnalle syntyi samankaltaisia alustoja junille, laivoille, hotelleille ja muille palveluille. Nämä järjestelmät eivät suoraan tulleet kuluttajien saataville, mutta niiden perintö on jäljellä kaikkien uusien käyttöliittymien taustalla.

Kehityksen seuraava vaihe oli matkatoimistoille auki olevat järjestelmät ja rajapinnat, joiden kautta voitiin tuottaa parempia palvelupaketteja matkustaville asiakkaille. Matkatoimistot pystyivät varaamaan matkoja suoraan lentoyhtiöiden järjestelmistä ja sitä kautta asiakaspalvelu parantui. Perinteisestä matkatoimistopalvelusta hyvä esimerkki on Helin Matkat, joka pystyy kilpailemaan vielä nykyäänkin asiantuntemuksella ja yksilöllisillä ratkaisuilla asiakkaiden tarpeisiin.

Internet ja kuluttajarajapinnat

Internetin nopea kasvu muutti seuraavaksi markkinaa. Monet matkojen myyntiin liittyvistä palveluista oli helppo automatisoida ja suhteellisen pian esimerkiksi lipunostaminen siirtyi kuluttajan vastuulle. Esimerkiksi VR:n lipunmyyntipisteet hävisivät nopeasti lähes kokonaan. Samanlainen kehitys on tapahtunut lähes kaikilla kuluttajamarkkinoilla, joissa palvelutuote ei vaadi fyysistä paketointia. Ryanairin nopea nousu selittyy edullisten hintojen lisäksi omien suljettujen verkkopalvelujen kehittämisellä niin, että matkustaja pystyy itse räätälöimään edullisen matkapaketin (lento+hotelli+auto) suoraan lentoyhtiön sivulta.

Aluksi kuluttajapalveluja käytettiin tietokoneella ja laajakaistapalvelut olivat vain rajoitetusti saatavilla. Tällaiset palvelut sopivat riittävän hyvin esimerkiksi verkkopankeille tai pakettimatkoille, mutta reaaliaikaiset matkustuspalvelut yleistyivät vasta nopeiden matkapuhelinverkkojen myötä. Nykyään kaikkien uusien

kuluttajaverkkopalvelujen ja nettisivujen lähtökohtana on aina mobiilikäyttö. Se tuo mukanaan myös uusia mahdollisuuksia esimerkiksi käyttäjän sijaintiin, tunnistamiseen tai maksamiseen liittyen. Esimerkiksi Booking.comin mobiilisovellus mahdollistaa majoitusten varaamisen ja majoittumisen ilman suoraa kontaktia majoituksen tarjoajaan. Myös julkisen liikenteen palvelut ovat kehittyneet sijaintia hyödyntävien mobiilipalvelujen ympärille.

Luottamus ja tiedonhyödyntäminen

Alustoilla on tärkeä rooli luottamuksen synnyttämisessä. Alusta voi tuottaa luottamusta eri toimijoiden välille pelkällä olemassaololla ja välittäjäroolilla. Nousisitko mieluiten Taksi-kyltillä varustettuun autoon, pimeään taksiin vai käykö sinulle Uberin välittämä kyyti ilman kylttiä? Entä päästäisitkö kotiisi ventovieraita yöpymään ilman AirBnB-palvelua? Tai voisitko itse harkita majoittumista kadulta vuokraamassasi yksityisasunnossa?

Kaikkien alustojen käytöstä syntyy valtavasti uutta tietoa käyttäjistä. Kerätty tieto mahdollistaa palvelujen kehittämisen ja massaräätälöinnin jokaiselle kuluttajalla paremmin sopivaksi. Joissakin palveluissa kerätty tieto voi olla jopa myytyä, usein ilmaista, palvelua arvokkaampaa palveluntarjoajan näkökulmasta. Kerätyn tiedon hyödyntämistapoja on siksi tärkeää miettiä jo järjestelmän suunnittelu- tai valintavaiheessa. Yksi tärkeä valinta on se, liitytäänkö johonkin järjestelmään vai luodaanko uusi. Esimerkiksi taksipalveluissa kerätyn tiedon perusteella voidaan ennustaa kysyntää ja varautua ruuhkiin. Toisaalta tiedon avulla voidaan parantaa asiakaskokemusta antamalla asiakkaille reaaliaikaista tietoa auton sijainnista ja saapumisesta.

Alustatalouden tulevaisuus ja PAALUT-hanke yritysten tukena

Entä tulevaisuus? Erilaiset kuluttajan käyttäytymiseen perustuvat suosittelujärjestelmät ovat tuttuja esimerkiksi Spotifyn käyttäjille. Omat valinnat ohjaavat sitä, mitä järjestelmä suosittelee seuraavaksi. Googlen algoritmit ovat jo niin tarkkoja, että ne ennustavat kuluttajan toimintaa paremmin kuin tämän oma puoliso tai muut läheiset. Ehkä kuluttajan tehtäväksi jää vain valinta tarjolla olevista vaihtoehdoista.

Miksi teollisuusyritysten pitäisi olla kiinnostuneita kuluttajista, matkailun esimerkeistä tai alustataloudesta ylipäätään? Ehkä tärkein perustelu on se, että hyviin mobiilipalveluihin tottuneet, vaativat kuluttajat ovat päivisin töissä jossakin, ehkä juurin teidän asiakkaana. Jos yhden yrityksen palvelu tuottaa pettymyksen, toivottavasti kilpailijan palvelu on parempaa ja asiakas voi olla lopputuloksen tyytyväinen. Voi oma yrityksesi tuottaa tulevaisuudessa niin hyvää palvelua asiakkaan toiveiden mukaan, että asiakkaan löytävät teidät tai yrityksenne edustaman alustan. Minkälaista palvelua sinä itse haluaisit saada ja tarjota?

Palvelukulttuuri ja alustatalous liiketoiminnan uudistajina teollisissa yrityksissä -hanke on Seinäjoen ammattikorkeakoulun ESR-rahoitteinen hanke, jonka tavoitteena on kasvattaa alueen teollisten yritysten osaamista ja tietämystä palvelukulttuurista ja alustataloudesta. Hankkeessa haetaan parhaita esimerkkejä eri aloilta ja tarjotaan pk-yritysten tarpeisiin räätälöidyt VTT:n mallit liiketoiminnan kehittämiseen.

Kimmo Kulmala, SeAMK Liiketoiminta ja kulttuuri

Kirjoittaja toimi asiantuntijana ESR:n rahoittamassa Palvelukulttuuri ja alustatalous liiketoiminnan uudistajina teollisissa yrityksissä -hankkeessa