Virtuaalitapahtumat liiketoimintamahdollisuutena

23.12.2021

Virtuaalitapahtumien globaalien markkinoiden ennustetaan olevan vahvassa kasvussa: joidenkin ennusteiden mukaan virtuaalitapahtumamarkkinat kolminkertaistuvat vuodesta 2020 vuoteen 2025. Koronapandemian myötä etätyöskentelystä on tullut uusi normaali, ja yritykset tiedostavat, että etätapahtumien järjestäminen tukee myös asiakkaille tärkeitä arvoja, kuten saavutettavuus, kestävä kehitys ja käyttäjälähtöisyys. On sanomattakin selvää, että markkinaympäristössä, joka muuttuu näin nopeasti, on merkittäviä mahdollisuuksia liiketoiminnan kasvuun. (Frost & Sullivan, 2021.)

Oma kiinnostukseni XR-teknologioihin on herännyt sekä seuraamalla aktiivisesti erilaisia medioita, mutta myös saadessani olla mukana erilaisissa hankkeissa, joissa uudet teknologiat ovat kehittämisen kohteena. Aiheesta näkee selvityksiä ja kuulee mielipiteitä, joissa väläytellään, että virtuaaliteknologiat muuttavat kokemaamme maailmaa täysin ja kuluttajat saadaan villiintymään niiden tuomista mahdollisuuksista. Toisissa arvioidaan kriittisemmin, että uusien teknologioiden kehittyminen vie vielä paljon aikaa ennen kuin ne ovat laajemman yleisön käytössä. Eräässä Yhdysvalloissa tehdyssä tutkimuksessa havaittiin, että virtuaalitapahtumiin osallistuneista vastaajista noin puolet pitivät kokemustaan neutraalina ja noin kolmasosa koki saaneensa paremman kokemuksen kuin odottikaan. Sama tutkimus osoitti, että parannettavaa oli erityisesti osallistujien aktivoinnissa ja verkostoitumisessa (IDC 2020).

Koulutustaustani on liiketaloudessa, joten siksikin varmasti minua erityisesti kiinnostavat sekä liiketoimintamahdollisuudet että asiakas- ja kuluttajakäyttäytyminen suhteessa virtuaaliteknologioihin. On selvää, että virtuaalisovellukset tarjoavat uusia keinoja kehittää liiketoiminnan eri osa-alueita, kuten logistiikkaa, myyntiä, palvelukehitystä, henkilöstöresurssien hallintaa, kansainvälistä viestintää ja markkinointia. Lähipiirissä on henkilöitä, jotka työskentelevät monikansallisissa yrityksissä, joissa XR-teknologiat nähdään suurena mahdollisuutena tehostaa tuotantoa, huoltoa ja etäpalveluita. Esimerkiksi siinä missä aiemmin huoltotiimi on matkustanut paikan päälle toiselle puolelle maapalloa, nyt kaksi tiimiä eri maissa voisivat laittaa VR-lasit päähän, ratkoen ongelmaa yhdessä ja matkustamatta yhtään minnekään. Toki, näin sutjakkaasti ongelmat eivät aina ratkea, ja edelleenkin suomalaista osaamista tarvitaan paikan päällä haastavien tilanteiden ratkaisemiseksi.

Kulttuurin kuluttajien virtuaalikiinnostus

Edellinen esimerkki on tietenkin kaukana kulttuurialan tapahtumista ja palveluista, mutta samalla liiketoimintalogiikalla kulttuurialaakin täytyisi lähestyä: miten virtuaaliteknologiat voivat edistää uusien palveluiden kehittämistä sekä erityisesti asiakaslähtöisyyttä, joka on kaiken liiketoiminnan lähtökohta. Ovatko kulttuurin kuluttajat valmiita kokemaan elämyksiä XR-maailmassa ja millä ehdoin? Entä mitä he ovat siitä valmiita maksamaan? On havaittavissa, että milleniaalit ja Z-sukupolvi, puhumattakaan seuraavista sukupolvista, suhtautuvat virtuaalitapahtumiin ja niistä maksamiseen koko ajan myönteisemmin (Global Web

Index 2020).

Ansaintalogiikkaan löytyy monia eri ratkaisuja eri aloilta, joita on työstettävä ja testattava. Toisaalta, tapahtuman ei tarvitse tarkoittaa vain yksittäistä, suurta kulttuurialan tapahtumaa: esimerkiksi virtuaalinen autonäyttely tai tuote-esittely on yhtä lailla tapahtuma, jossa kulttuurituotannon osaamista tarvitaan tarinan ja elämyksen rakentamiseen.

Varmasti on myös niin, että kuluttajapuolella XR-teknologioiden kehittyminen on hitaampaa kuin kansainvälisissä teollisuusyrityksissä. Samalla pitää ymmärtää, että kuluttajille on annettava aikaa totuttautua uusiin teknologioihin ja testata niitä – meidän on tarjottava siihen tilaisuuksia ja paikkoja. Onkin mielenkiintoista nähdä, millainen on tulevaisuuden XR-maailma, jossa kulttuurin kuluttajat villiintyvät virtuaalielämyksistään.

Satu Lautamäki.
Kirjoittaja toimii yliopettajana SeAMKin Kulttuurituotannon tutkinto-ohjelmassa.

SeAMKin kulttuurituotannon tutkinto-ohjelma on mukana ESR-rahoitteisessa Vevent-hankkeessa HUMAKin, Metropolian ja Arcadan kanssa. Hanke myös toteuttaa Virtuaalitapahtumatuotanto tänään-opintojakson sekä ammattilaisille ja kiinnostuneille suunnattuja Vevent Forum-tilaisuuksia, joissa kuullaan ja keskustellaan digitalisaation luomista mahdollisuuksista tapahtuma-alalla. Seuraava tilaisuus on 18.1.2022, ja sen teemana on Vuorovaikutus virtuaalitapahtumissa. Lisätietoa Vevent-hankkeesta ja siihen liittyvistä koulutustapahtumista http://vevent.humak.fi/ ja https://www.facebook.com/veventproject/

Lähteet:

Frost & Sullivan, 2021. Global Webinars and Virtual Events Market Boom Continues as Hybrid Work Goes Mainstream.

Global Web Index, 2020. Virtual Events and Interactions. How a Socially Distanced Reality Can Shape the Way We Interact.

IDC, 2020. IDC Survey Finds the Shift to Virtual Events a Modest Success with Room for Improvement.