

Kun päätösten on perustuttava oikeaan ja luotettavaan tietoon

2C Customer Consulting on markkinoinnin ja palveluliiketoiminnan asiantuntija, yritys toteuttaa myös erilaisia tutkimuksia ja selvityksiä. Pääasiakassegmentit ovat huipputekniikka, vaativat asiantuntijaorganisaatiot sekä palvelualan yritykset ja julkiset organisaatiot. 2C toteuttaa projekteja pääasiassa Pohjois-Suomessa ja pääkaupunkiseudulla, yksittäisiä toimeksiantoja myös muualla Suomessa.

# ResearchEngine™

*Research Engine™ palvelulla toteutetaan erilaisia selvityksiä ja tutkimuksia. Hyvän lopputuloksen takaa korkea ammattitaito, laadukas tutkimusjärjestelmä sekä todellisen liiketoimintaympäristön ymmärrys. Research Enginen avulla päätökset perustuvat tutkittuun tietoon.*

## POHJANA LIIKETOIMINNAN YMMÄRRYS

Hyvät välineet eivät takaa korkeaa laatua. Vaikka käytössä on markkinoiden paras sähköinen tutkimusjärjestelmä, Digium Enterprise, niin osaaminen perustuu kykyyn ymmärtää asiakkaan liiketoimintaa ja toimintaympäristöä. Tavoitteena on tarjota asiakkaille vähemmän, mutta laadukkaampaa tietoa.

## SELVITYKSET

2C on toteuttanut liiketoimintamahdollisuuksien selvityksiä, usein nämä ovat olleet Tekesin rahoittamia projekteja, joissa on yhdistetty perinteinen konsulttityö ja markkinatutkimus. Seuraavassa anonyymejä esimerkkejä Tekesin rahoittamista selvityksistä.

## ESIMERKKISELVITYKSIÄ

### ESISELVITYS VERKKOPORTAALI-IDEAN KAUPALLISTAMISESTA

Konsultoinnissa selvitettiin Suomen markkinoilla uuden verkkoportaalin ja uusien sähköisten palvelujen kehittämistä toimialalle, jolla sähköiset palvelut ja markkinointi on ollut aiemmin hyvin rajallista. Portaali on suunnattu sekä kuluttaja- että BtoB-asiakkaille. Tärkeä sidosryhmä on myös eri julkisen sektorin toimijat. Konsultointiin kuului konsepti-idean ja investointibudjetin analysointi sekä kaupallistettavuuden reunaehtojen selvittäminen. Huomattavasti aikaa käytettiin myös mahdollisten partnereiden selvittämiseen. Monet suunnitelluista kumppaneista ovat aloillaan Suomen johtavia yrityksiä. 2C osallistui ja organisoii em. yritysten kanssa alustavia yhteistyöneuvotteluja.

### VIRTUAALITEKNOLOGIASTA PALVELULIIKETOIMINTAA

2C selvitti julkishallinnon asiakkaalle sen organisaatioon kertyneen virtuaalitekniikan osaamisen kaupallistamismahdollisuuksia määrättyssä asiakassegmentissä. Konsultoinnissa haastateltiin sähköisellä tutkimuksella noin sataa potentiaalisten asiakkaiden edustajaa sekä annettiin suosituksia virtuaalitekniikan kaupallistamisesta, toiminnan suunnittelusta, markkinoinnista, verkottumisesta ja palveluideoiden eteenpäin viemisestä. Organisaation virtuaaliosaaminen edustaa alallaan ainutlaatuista osaamista Suomessa ja tulevaisuudessa osaamista on tarkoitus soveltaa eri yhteyksissä. Organisaatio on useiden vuosien ajan panostanut merkittävästi virtuaalitekniikan teknisen ympäristön sekä osaamisen kehittämiseen.

### UUDEN MEDIATEKNOLOGIAN KAUPALLISTAMINEN TV-YMPÄRISTÖSTÄ MUIHIN SOVELLUKSIIN

2C selvitti uuteen mediateknologiaan ja uuteen luovaan ideaan perustuvan palvelutuotteen kaupallistamismahdollisuuksia. Kansainvälisillä mediafestivaaleilla palkittua ideaa on pilotoitu tv-ympäristössä ja se on saanut kiinnostuneen vastaanoton. Konsultoinnissa selvitettiin idean soveltamismahdollisuuksia muissa sähköisissä medioissa sekä etenkin sen soveltuvuutta koulutus- ja kehittämisvälineenä BtoB-ympäristössä sekä julkisella sektorilla. Selvitettäviä asioita olivat mm. partnerit, uudet pilotointikohteet, liiketoiminnan järjestäminen, tuotekehitys ja ydinosaamisen ja -palvelujen määrittely.

### UUDEN TEKNOLOGIATUOTTEEN KAUPALLISTAMISVAIHTOEHTOJA

2C konsultoi asiakkaalle uutta tuoteideaa, jossa käytettiin hyväksi modernia langatonta teknologiaa, kuten Bluetooth tai RFID. Tavoitteena oli löytää tuoteidealle teknologiapartneri, joka vastaa hankkeen kaikista teknisistä asioista, myös käytettävien teknologioiden valinnasta. Konsultoinnissa selvitettiin eri kaupallistamisvaihtoehtoja, esimerkiksi idean myymistä jo toimivalle yritykselle tai uuden yrityksen perustaminen idean ympärille. Oleellista konsultoinnissa oli myös miettiä uudelle tuotteelle käyttäjäryhmiä, eri käyttötapoja sekä markkinointikanavia maailmanlaajuisesti.

## TUTKIMUKSET

Jokainen tutkimus räätälöidään asiakkaan tarpeiden mukaan. Tutkimus voi käsittää esimerkiksi asiakastyytyväisyyden selvittämisen, palvelujen arvioinnin, tarpeiden määrittelyn, kilpailukykyvertailun tai after-sales toimintojen laadun. Tutkimuksissa noudatetaan markkinointitutkimuksen ja tilastotieteen sääntöjä ja menetelmiä. Käytettäviä tutkimusmenetelmiä ovat mm. henkilökohtaiset haastattelut, lomake-tutkimukset, puhelinhaastattelut sekä sähköiset internet-tutkimukset. Asiakastutkimusten lisäksi palvelua voidaan käyttää esimerkiksi tuotekehityksessä ja henkilöstön kehittämisessä.

### ESIMERKITUTKIMUKSIA

#### ASIAKASTYTYVÄISYYSTUTKIMUS SOPIMUSVALMISTAJALLE

Pääkohderyhmänä kaksi globaalisti toimivaa toimialojensa johtavaa yritystä sekä joukko pienempiä yrityksiä. Tutkimus toteutettiin englanniksi ja suomeksi täysin sähköisesti, paperilomakkeita ei käytetty. Tuloksia verrattiin aiemman tutkimuksen tuloksiin ja analysoitiin kehittämiskohteita. Vastausprosentti oli 70%

#### MARKKINATUTKIMUS IT-YRITYKSELLE

Asiakas oli kehittänyt uuden ohjelmistoyrityksille suunnitellun palvelun, jonka markkinat olivat avautumassa Suomessa. Alalla toimi vasta muutamia samankaltaisia palveluja tarjoavia yrityksiä. Tutkimus toteutettiin täysin sähköisesti ja kohderyhmänä oli 550 suomalaista ohjelmistoyritystä. Tutkimus oli osa laajempaa palvelun kehittämisprojektia.

#### HENKILÖSTÖTUTKIMUS TEKNOLOGIAYRITYKSELLE

Yrityksen pääomistajaksi oli vaihtunut noin vuosi aiemmin pääomasijoittaja ja toimintaa oli alettu kehittää monelta osin. Myös markkinat kasvoivat voimakkaasti, joka myös asetti yrityksen henkilöstölle haasteita. Tutkimus toteutettiin sähköisenä suomeksi ja englanniksi. Tulokset purettiin erikseen yrityksen johtoryhmälle ja henkilöstölle.

#### MARKKINATUTKIMUS TERVEYDENHUOLTOYRITYKSELLE

Asiakas oli kehittänyt uuden palvelutuotteen, jonka markkinoita se halusi selvittää. Tutkimus kohdistettiin 150 suomalaiselle kunnalliselle terveydenhuollon ammattilaiselle eri organisaatiotasolla. Tavoitteena oli selvittää sekä päättäjien että palvelun potentiaalisten käyttäjien mielipiteitä palvelun ominaisuuksista ja tarpeellisuudesta.

### MUUT KONSULTOINTITUOTTEET

## MarketingEngine™

Marketing Engine koostuu Marketing Audit ja Marketing Strategy -tuotteista. Marketing Audit on tarkoitettu markkinoinnin nykytilan analysointiin, kehittämiskohteiden löytämiseen ja kehittämisprosessin käynnistämiseen. Marketing Strategylla organisaatiolle laaditaan markkinointistrategia, joka vastaa asiakkaiden tarpeita ja toimintaympäristön vaatimuksia. Marketing Audit ja Marketing Strategy on suunniteltu toimimaan yhdessä, joko peräkkäisinä tai rinnakkaisina prosesseina.

## ServiceEngine™

Service Engine on palvelujen tuotteistamisen ja palveluliiketoiminnan kehittämisen väline. Se on toimialariippumaton ja on sovellettavissa sekä aloittaville että pidempään toimineille yrityksille ja julkisille organisaatiolle. Service Enginellä voidaan toteuttaa esimerkiksi organisaation palvelukäsikirja sekä kehittää monia palvelujenkomponentteja. Service Enginellä päästään syvemmälle asiakkaiden tarpeisiin ja heidän toimintaansa vaikuttaviin seikkoihin kuin perinteisillä liiketoiminnan kehittämisen välineillä.