

Stadionit elämysteollisuuden alustana

Stadionista maailmanluokan elämyskeskukseksi (Haaga-Helia ammattikorkeakoulu)

Kehittyneissä teollisuusmaissa ollaan siirtymässä palveluteollisuudesta seuraavaan kehitysvaiheeseen, elämysteollisuuteen. Arvon muodostus perustuu yhä enemmän aineettomiin ominaisuuksiin ja niiden yhdistämiseen erilaisiin fyysisiin tuotteisiin, teknologioihin tai ohjelmistoihin.

Stadionit ovat suuri markkina, jossa elämys on arvonluonnin keskiössä. Nykyaikaisen stadionin uudelleenajattelu teknologia- ja liiketoiminta-alustaksi vaikuttaa merkittävästi elämys-, urheilu- ja viihdeteollisuuteen. Stadionin muuttaminen alustaksi edellyttää stadionin "avaamista" kolmansille osapuolille. Tämä tuo mukanaan merkittäviä muutoksia stadionin liiketoimintamalliin.

Stadionelämyksiä kehittämässä palvelumuotoilun keinoin

Stadionista maailmanluokan elämyskeskukseksi -projektin tavoitteena oli lisätä ymmärrystä ja tuottaa uutta tietoa elämyksellisen stadionin menestystekijöistä ja kehittää yhdessä metropolialueen stadionien kanssa niiden kykyä tuottaa vetovoimaisia ja käyttäjille arvoa tuottavia stadionelämyksiä.

Vuoden 2017 tutkimusvaihe painottui tiedon keräämiseen toimintatavoista, järjestelmistä ja yhteistyömalleista. Lisäksi tutkimusvaiheessa tunnistettiin ja analysoitiin parhaita olemassa olevia kansainvälisiä käytänteitä. Vuoden 2018 kehittämissivaiheessa panostettiin kerätyn tiedon hyödyntämiseen käytännössä, muun muassa uusien elämyksellisten palvelujen kehittämiseen yhdessä palveluntarjoajien kanssa sekä lisäarvon luomiseen stadioneilla ja areenoilla.

Kehittämissivaiheessa toteutettiin useita palvelumuotoilu- projekteja tiiviissä yhteistyössä kohteina olleiden pääkaupunkiseudun stadioneiden ja areenoiden palveluntuottaja- verkoston kanssa. Hankkeen toteutti Haaga-Helia ammattikorkeakoulu yhteistyökumppaneinaan metropolialueen stadionit ja areenat sekä Manchester Metropolitan University.

Digitaalinen asiakaspolku -palvelumuotoiluprojektin tavoitteena oli tuottaa uusien tapahtumakävijän asiakaspolkua parantavien digitaalisten ja/tai digitaalisia ja reaaliympäristön palveluja yhdistelevien palveluiden konseptikuvaukset.

Digitaalinen yhteisöllisyys -projektin tavoitteena oli yhdessä fanien ja kävijöiden kanssa tuottaa vastaus kysymykseen ”Mitä yhteisöllisyys voi tarkoittaa digitaalisissa kanavissa”. Tähän perustuen projektissa konseptoitiin yksi tai useampi digitaalista yhteisöllisyyttä tukeva palvelukonsepti.

Pysäköinti ja WOW -projektin tavoite oli laatia kehittämissuunnitelma pysäköintipalvelun käyttäjäkokemuksen parantamisesta.

Kohti brändättyä asiakaskokemusta -projektin tavoitteena oli laatia konseptisuunnitelma yhdestä tai useammasta uudesta palvelusta, joka auttaa areenan tiimiesimiehiä saamaan tiimensä tekemään brändin eläväksi asiakaskokemuksessa.

Kohti brändättyä asiakaskokemusta ravintolapalveluissa -projektin tavoitteena oli laatia konseptisuunnitelma uudesta palvelusta, joka auttaa ravintolapalveluita tuottavia yrityksiä tekemään tapahtumabrändin eläväksi asiakaskokemuksessa.

Kehittämisehdostuksia stadioneille ja areenoille

1. Määrittele tiekartta alustaksi siirtymiselle

Tiekartta voi perustua käytössä olevan teknologian päivitysjaksoihin. Vaikka stadion ei voi suunnitella infrastruktuuriaan tyhjästä tai uudistaa olemassa olevaa infrastruktuuriaan kertaheitolla, operaattorit voivat silti hyödyntää elämystuotannon alusta -konseptia rakentaakseen ajan saatossa tekniikan, jolla se voi täyttää fanien muuttuvat tarpeet ja odotukset. Jokaista päivitystä (kuten beaconien asentaminen tai mobiilimaksamisen ja -lippujen lanseeraaminen) tulisi peilata siihen miten uudet komponentit integroituvat muihin stadionin osiin ja voidaan-ko tämä järjestelmä avata myös ulkopuolisille kehittäjille.

2. Rohkaise kehittäjiä

Verkostovaikutuksen takia stadion-alustan hyöty sekä yleisöasiakkaille että stadionille ja muille alustalla toimiville yrityksille kasvaa käyttäjien ja kehittäjien määrän kasvaessa. Useilla stadioneilla ja monissa liigoissa fanien/yleisön yllyttäminen omien laitteittensa käyttämiseen tapahtuman ympärillä ja aikana on koettu hyvin menestyksekkääksi sekä fanien, stadionoperaattorin että partneriyritysten puolesta.

Sen sijaan kehittäjiä, liiketoimintasuunnittelijoita ja start-up-yrityksiä on määrällisesti vähemmän. Siksi kehittäjien (kuten esimerkiksi start-up yritysten, nykyisten partnerien ja muilla stadioneilla toimivien yritysten) yllyttäminen operoimaan stadion-alustalla edellyttää hyvin johdettua tavoitteellista ja päämäärätietoista työtä. Kehittämistyökalujen luominen ja datan avaaminen kehittäjille on ensimmäinen askel eri osapuolille hyödyllisen stadion-alustan luomisessa.

3. Määrittele, miten haluat alustasi toimivan

Tärkein yksittäinen tekijä menestyksekkään elämystuotannon alustan luomisessa on alusta lähtien luotu visio siitä, millainen alustasta tulee, kun se on valmis ja millä säännöillä alustalla tullaan toimimaan. Kehittäjille ja käyttäjille tulee antaa selkeät ohjeet tietoihin pääsystä ja tietojen käytöstä – etenkin, jos kyse on fanien henkilökohtaisista tiedoista.

4. Luo tiedon kaupallistamisen strategia

Yleisön laitteiden, stadionin käyttöjärjestelmien ja kaupallisten järjestelmien välinen vuorovaikutus tuottaa varsinaisen tiedon kultakaivoksen, jota älykäs organisaatio voi louhia ja hyödyntää. Osaa näistä tiedoista stadion voi käyttää omien prosessiensa tehostamiseen. Esimerkiksi käyttäjävirtojen pullonkaulat ja jonojen synty voidaan ennakoida ja sijoittaa asiakaspalveluhenkilökuntaa reaaliaikaisesti ihanteellinen määrä kaikkiin pisteisiin.

Muu systemaattisesti kerätty ja analysoitu data voi tuottaa huikeita oivalluksia fanien/yleisön käyttäytymisestä. Tällainen tieto voi olla arvokasta niin stadion-operaattorille kuin partneriyrityksille, tapahtumajärjestäjille, lipunmyyjälle, mediayhtiöille kuin markkinoijillekin. *Tieto kannattaa analysoida ja muokata selkeään ja päätöksentekoa tukevaan formaattiin*, jotta stadion-alustaa voidaan hyödyntää parhaalla mahdollisella tavalla. Samalla on hyvä muistaa, että jos stadion-operaattorilla ei ole selkeää visiota siitä, miten heidän stadion-alustansa tuottama tieto kaupallistetaan, sen kaupallistaa joku muu.

Julkaisut:

Stadionit elämystalouden alustana -yhteen-
vetoraportti. Haaga-Helia, 2018.

The Show Must Go On. Trends compilation with
relevance to Stadium/Arena Fan Experience
-trendiraportti.

Hankkeen tekijät:

Tutkimusjohtaja Teemu Moilanen
teemu.moilanen@haaga-helia.fi
Haaga-Helia ammattikorkeakoulu

Kaupunkitutkimus- ja metropolipolitiikka -tutkimus ja -yhteistyö-ohjelma

Vuosina 2010–2018 toteutettu Kaupunkitutkimus- ja metropolipolitiikka -tutkimus ja -yhteistyöohjelma on metropolialueen korkeakoulujen, kaupunkien sekä kahden ministeriön välinen tutkimus- ja yhteistyöohjelma, jonka tavoitteena on edistää monitieteistä, korkeatasoista ja metropolialueen erityispiirteistä lähtevää kaupunkitutkimusta sekä siihen tukeutuvaa kehittämistoimintaa.

Ohjelman keskeinen tehtävä on kehittää ja rahoittaa horisontaaliseen yhteistyöhön perustuvaa kaupunkitutkimustoimintaa ja tutkimustulosten soveltamista sekä päätöksenteon tueksi että hyvien käytänteiden ja toimintamallien kehittämiseksi. Erityistä huomiota kiinnitetään kaupunkitutkimustiedon hyödynnettävyyteen ja levittämiseen metropolialuetta kehitettäessä.

Ohjelman vuosittain myöntämä hanke-
rahoitus kohdentuu mukana olevien
kaupunkien ja valtiotoimijoiden yhdessä
yliopistojen ja ammattikorkeakoulujen
edustajien kanssa laatimaan ohjelmaan
liittyviin tutkimus- ja kehittämishankkeisiin.

Hankkeessa mukana:

