

TIIVISTELMÄ

Tekijä:	Amanda Piepponen
Tutkielman nimi:	Aluemedian digitalisaatio: Muuttuvat vaatimukset asiakasarvolupauksille
Tiedekunta:	Kauppateieteellinen tiedekunta
Maisteriohjelma:	Kansainvälinen markkinointi
Vuosi:	2017
Pro gradu -tutkielma:	Lappeenrannan teknillinen yliopisto 140 sivua, 16 kuvaa, 6 taulukkoa ja 4 liitettä
Tarkastajat:	Professori Paavo Ritala Tutkijatohtori Päivi Maijanen-Kyläheiko
Avainsanat:	Aluemia, digitalisaatio, liiketoimintamalli, arvonluonti, asiakasarvoarvolupaus, asiakkaan kokema arvo

Tämän tutkimuksen tavoitteena on selvittää, kuinka digitalisaatio muokkaa asiakkaan kokemaa arvoa aluemediassa ja haastaa asiakasarvolupaukset. Lisäksi tarkoituksena on lisätä ymmärrystä siitä, mitkä elementit ja aktiviteetit luovat asiakasarvoa aluemediassa ja mahdollistavat asiakasarvolupauksen toteuttamisen. Tämän työn kontekstia, aluemediata, määrittää paikallisuus. Aluemia tarkoittaa mediaa, joka toimii tietyllä maantieteellisellä alueella ja julkaisee siellä paikallista sisältöä.

Tutkimus toteutettiin yksittäistapaustutkimuksena aluemediayhtiössä. Tutkimuksen aineisto kerättiin monimenetelmällistä tutkimusotetta hyödyntäen tavoitteena saavuttaa aineistotriangulaatio. Tutkimuksen ensimmäinen vaihe koostui määrällisestä asiakaskyselystä. Sen tarkoituksena oli selvittää asiakkaiden näkemyksiä eri arvoulottuvuuksista ja arvon yhteisluonnista. Tutkimuksen toisessa vaiheessa puolistrukturoiduilla haastatteluilta pyrittiin syventämään ymmärrystä asiakasarvon muodostumisesta ja arvon yhteisluonnista. Haastattelussa tutkittiin arvon yhteisluontia, asiakkaiden tarpeita ja odotuksia, koettuja hyötyjä ja uhkia, asiakkaiden odotuksia sekä yrityksen kykyä täyttää ne. Puolistrukturoitujen haastatteluiden avulla pyrittiin myös ymmärtämään, miten henkilökunta kokee asiakasarvon muodostumisen ja arvon yhteisluonnin. Lisäksi arvioitiin yrityksen kykyä täyttää asiakastarpeet ja luoda onnistuneesti asiakasarvoa. Tutkimus toi yhteen kuluttaja-asiakkaiden ja yrityksen näkökulmat asiakasarvonluontiin.

Tutkimustulokset osoittavat, että digitalisaatio ei ole muuttanut aluemedian olemassaolon perustaa. Asiakkaan kokema arvo aluemediassa muodostuu laadukkaasta, paikallisesta sisällöstä. Asiakkaat odottavat aluemedialta sekä nopeaa reagointia ympärillä tapahtuviin asioihin, että pitkiä ja tutkivia sisältöjä paikallisista ilmiöistä. Aluemedian sisältöjen lukemiseen liittyvät myös oman paikallisen identiteetin rakentaminen ja tarve olla tietoinen paikallisista asioista. Toiminnallinen arvoulottuvuus koetaan asiakkaiden keskuudessa tärkeimmäksi, ja aluemediaan liitetyt emotionaalinen ja symbolinen arvo puolestaan kytkeytyvät sisältöjen kuluttamiseen. Tutkimustulokset viittaavat siihen, että aluemedian tarjoamat hyödyt jäävät epäselviksi eritoten nuorille ja sisältöjä ilmaiseksi kuluttaville asiakkaille. Lisäksi aluemediaan liitetyt mielikuvat heikentävät asiakkaiden odotuksia ja kiinnostusta olla vuorovaikutuksessa yrityksen kanssa. Ylläpitääkseen vanhoja ja hankkiakseen uusia asiakkaita, aluemedian on tulevaisuudessa viestittävä tarjoamistaan hyödyistä tarkemmin ja terävöitettävä paikallisuuden ideaa toiminnassaan.