

SoLoMo InnovaatioCamp 19.3.2013

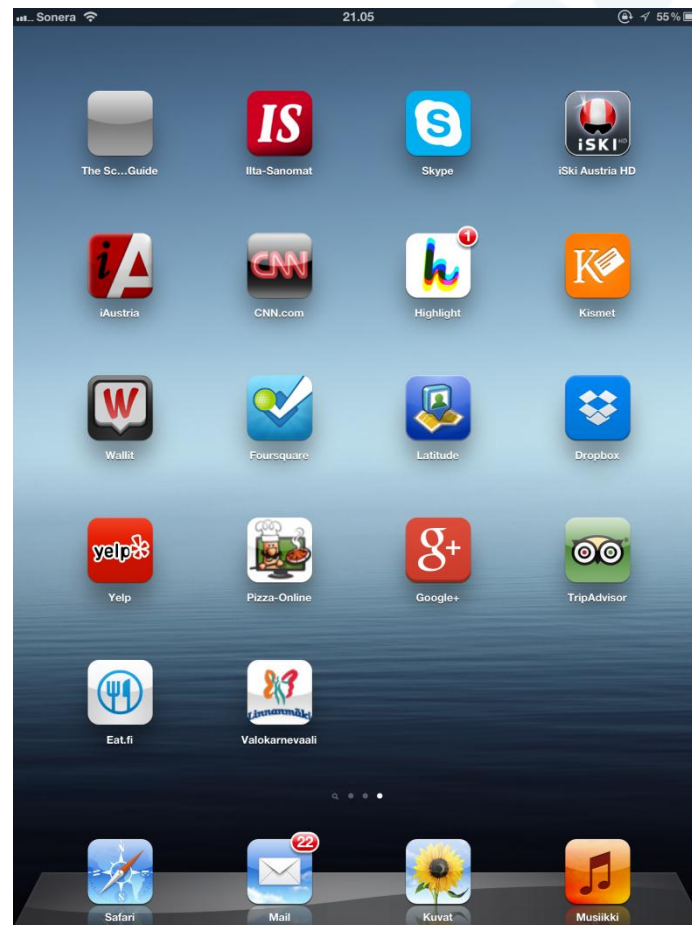
Ari Alamäki

HAAGA-HELIA
Tietotekniikan koulutusohjelma

Ratapihantie 13

00520 Helsinki

ari.alamaki@haaga-helia.fi



Social



Mobile



Local



SoLoMo = ”Matti saapuu uuteen kaupunkiin (hänelle outoon ympäristöön), joten hänen tiedontarpeensa on suuri...

...Matti haluaa aluksi syömään, mutta ei tunne yhtään paikkaa, joten hän katsoo puhelimestaan muiden matkailijoiden suosituksia...

...Koska puhelin on jo tunnistanut, että hän on saapunut kyseiseen kaupunkiin, puhelimessa oleva SoLoMo-sovellus osaa listata hänelle automaattisesti juuri hänen lähistöllään oleva ravintolat muiden matkailijoiden suosituksineen.”

Jatkuu... **Kehittyneempi versio 2.0**

SoLoMo = ”*Matti löytää kiinnostavan ja hyvät suositukset saaneen ruokapaikan, joka kaiken lisäksi tarjoaa digitaalisen alennuskuponin... Hän tekee tilauksen ja pöytävarauksen etukäteen, jotta ei tarvitse käyttää aikaa jonottamiseen...*

...Astuttuaan ravintolaan sisään, hän tsekkaa sovelluksessa (Check-In-toiminto) itsensä kyseiseen ravintolaan, joten kaverit ja kaverien kaverit tietävät että hän on parhaillaan kyseisessä ravintolassa... Hän myös tsekkaa onko tuttuja lähistöllä (Find Friends Nearby-toiminto)...

...Jälkiruokaa odotellessaan hän päivittää sovellukseen omat kommenttinsa kyseisestä paikasta ja alkaa etsiä mielenkiintoisia suosituksia....”

Utilizing the three A snapshot of the ways a few companies are innovating:

	GOOGLE	FACEBOOK	GROUPON	FOURSQUARE	YELP	ZYNGA
MOBILE	The Android mobile operating system is rivaling Apple's iOS for smartphone dominance.	The mobile website was revamped in March and the company has more than 250 million active mobile users.	The new Groupon Now mobile app delivers deals to consumers based on their location.	Consumers "check in" to businesses on their phones.	The Yelp application allows "check-ins" to local businesses and integrates with OpenTable for mobile restaurant reservations.	Acquired mobile game developer Newtoy Inc. last year for an undisclosed sum.
SOCIAL	Social Search organizes results by content that's important to an individual's social network, while Latitude allows users to share their location with friends.	More than 2.5 million websites are integrated with Facebook via plug-ins such as the "Like" button and the ability to register using a Facebook account.	Deals are activated only when a minimum number of people sign up, so consumers are encouraged to tell their friends about offers.	Users can share their location with friends, as well as recommendations for what to do or eat at certain places.	Active community members can join the "Elite Squad," which earns them a special badge on their profiles and invitations to special events.	Signed a five-year strategic agreement with Facebook that, among other initiatives, expanded the use of Facebook Credits in games.
LOCAL COMMERCE	Places helps local businesses establish a Web presence and Offers was recently launched in Portland.	Consumers can get local deals by "checking in" to a business via the Places feature.	Group-buying platforms provide an alternative to traditional forms of local advertising.	Businesses can use the platform to offer special perks to users and build loyalty programs.	The review site now offers city-specific and national deals.	Inked a deal with American Express allowing card members to use rewards points for virtual goods.

Lähde (ja lue lisää): http://www.imediaconnection.com/article_full.aspx?id=31777

Joitain lukuja, miksi SoLoMo voisi lisätä liikevaihtoaasi ja auttaa kasvamaan?

Gartnerin mukaan vuoteen 2014 mennessä **1 miljardi ihmistä käyttää sosiaalisia verkostoja mobiililaitteiden kautta**. Tämä tarkoittaisi, että vuoden päästä joka seitsemäs maapallon väestöstä vauvasta vanhukseen käyttäisi mobiililaitetta ja sosiaalisia verkostopalveluita.

Vuonna 2012 maailmassa oli Strategy Analyticsin mukaan yli 1 miljardi **älypuhelinta** ja heidän ennusteensa mukaan **vuonna 2015 määrä olisi jo 2 miljardia** (lähes joka kolmas vauvasta vanhukseen...).

Facebook on useimmille ensimmäinen SoLoMo-käyttökokemus, **40% sen käyttäjistä (n. 400 miljoonaa) käyttää sitä mobiililaitteen kautta**. Tosin Facebook ei ollut alun perin puhdas SoLoMo (nyt mm. Nearby-toiminto kännykkä-appsissa)

Twitter on toinen maailmanluokan sovellus, ja **50% sen käyttäjistä käyttää sovellusta älypuhelimella**, joten some-appseja käytetään ahkerasti juuri kännykän kautta.

Kuinka moni suomalainen olisi potentiaalinen SoLoMo-palveluiden käyttäjä?

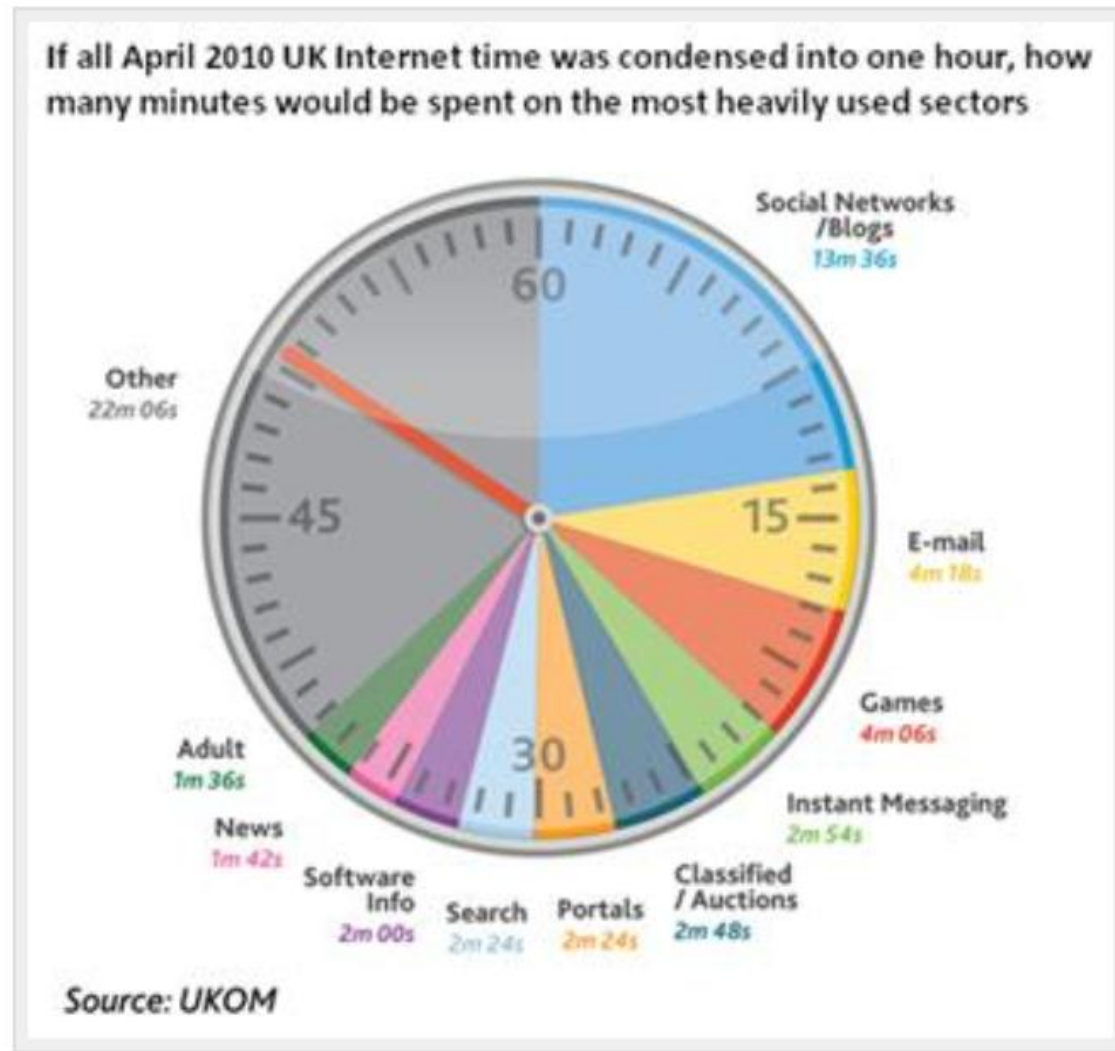
Tilastokeskuksen mukaan vuonna 2011 yli 90% 16-44 vuotiaista suomalaisista käytti internetiä päivittäin, 55-64 vuotiaista reilu 60%.

Market Vision arvion mukaan vuonna 2014 yli 90% myydyistä puhelimista Suomessa on älypuhelimia. Oletettavaa on, että internet siirtyy myös lähes kaikkien nuorten ja keski-ikäisten suomalaisten taskuun lähivuosina.

Vertailuna voisi mainita, että Wikipedian mukaan suomalaisia Facebook-käyttäjiä on 1,7 miljoonaa.

Älypuhelin Wikipedian määritelmää mukaillen = internet + mukautettava sovellusvalikoima + graafinen käyttöliittymä + ohjelmoitava puhelin (mahdollisuus tuottaa puhelimeen uusia sovelluksia jotka käyttävät puhelimen ominaisuuksia kuten GPS-rajapintaa, kameraa tai vaikkapa kompassia).

Suurin osa internetin käyttöajasta vietetään sosiaalisissa verkostoissa ja blogeissa (ainakin UK:ssa ;-)



Mihin ihmiset luottavat verkossa?

Niesenin 2012 tutkimukseen osallistui 28 000 Internet-käyttäjää 56 eri maassa.

92 % kuluttajista luottaa tuttujen ja perheen jäsenten suosituksiin.

70 % luottaa muiden online-käyttäjien arvioihin ja suosituksiin (online consumer reviews) .

58% luotti firmojen saiteilta löydettyihin viesteihin.

47% luotti lehti- ja TV-mainoksiin.

29% luotti mobiililaitteiden bannerimainoksiin.

Trendinä oli se, että vertais-suositusten (kaverit, kuluttaja-arviot) luottamus on nousussa ja perinteisen mainonnan luottamus laskussa.

Lähde ja lisätietoa: <http://www.nielsen.com/us/en/newswire/2012/consumer-trust-in-online-social-and-mobile-advertising-grows.html>

SoLomo-palveluihin vaikuttava ”ekosysteemi”

Matkatoimistot

Muut palveluntarjoajat

Ravintolat

Kaupunkien
matkailuorganisaatiot

Hotellit

Lentoyhtiöt,
autovuokraamot

Jne....

Sisällöntuottajat

Muut matkailijat

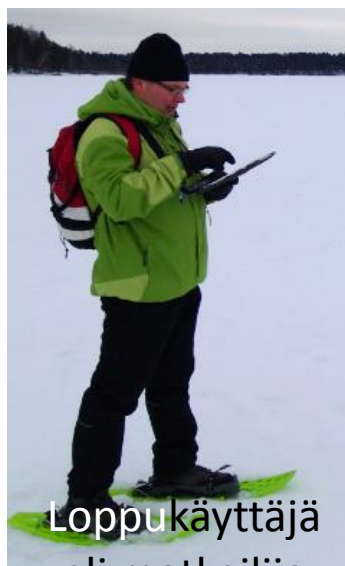
Teknologia-yritykset

Sisällöntarjoajat (kartat,
kuvaukset, wikipedia, jne.)

Facebook, Google, Twitter,
Foursquare, yms.

AppStore, Google Play,
Windows market, jne.

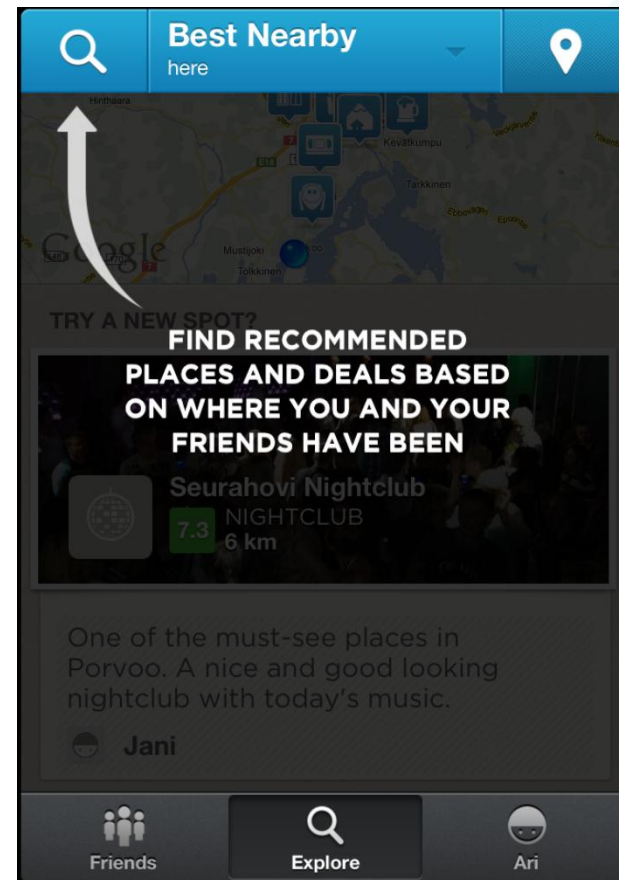
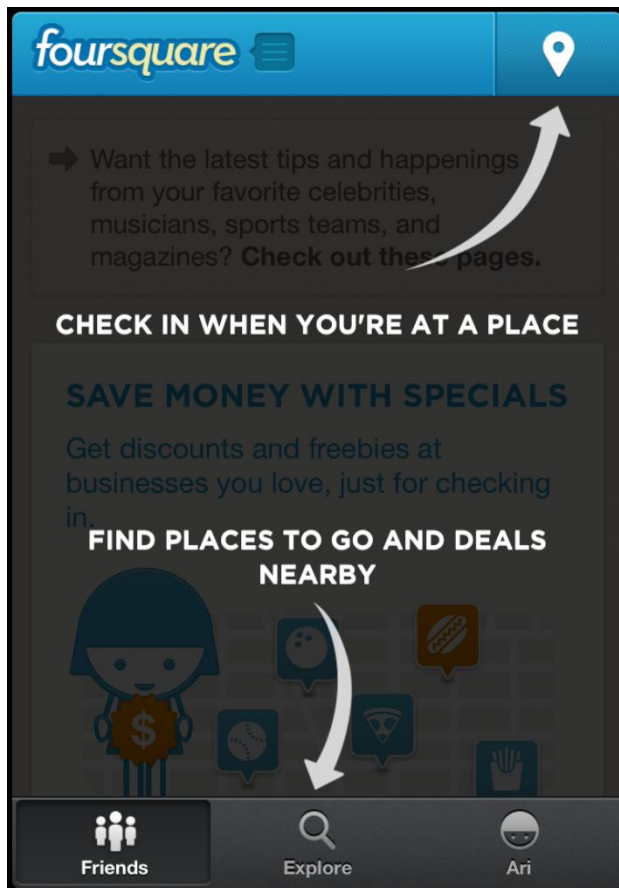
Muut online-palvelut
ohjelmisto-yritykset



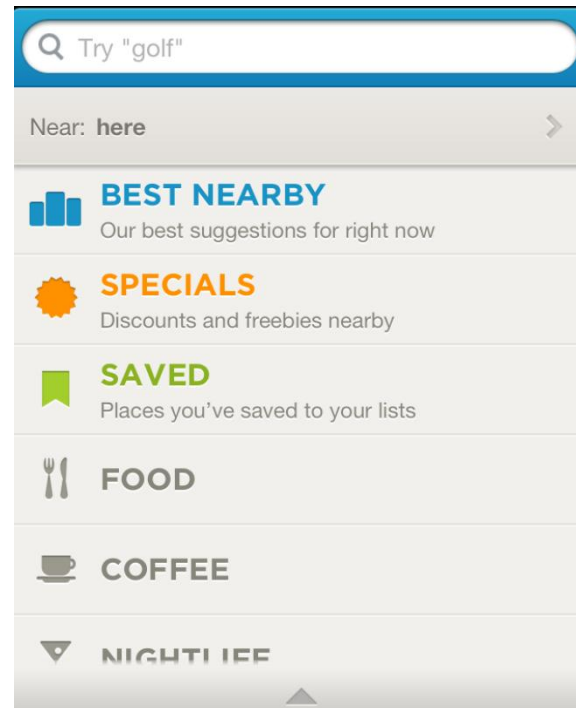
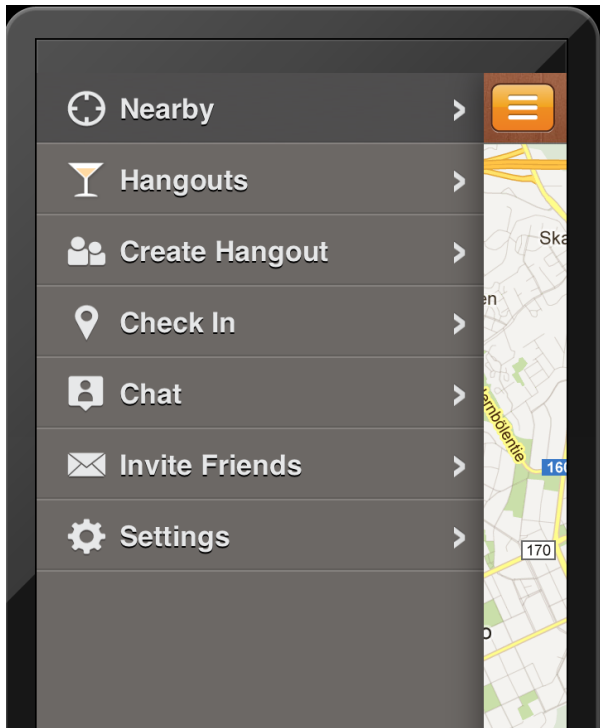
Loppukäyttäjä
eli matkailija

Social + Local + Mobile käytännön esimerkkeinä

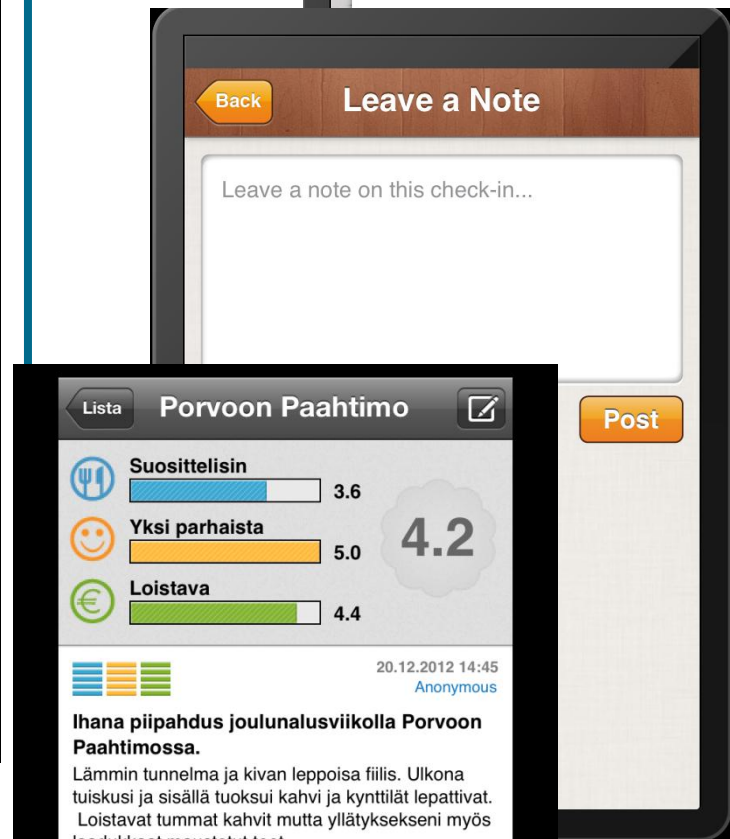
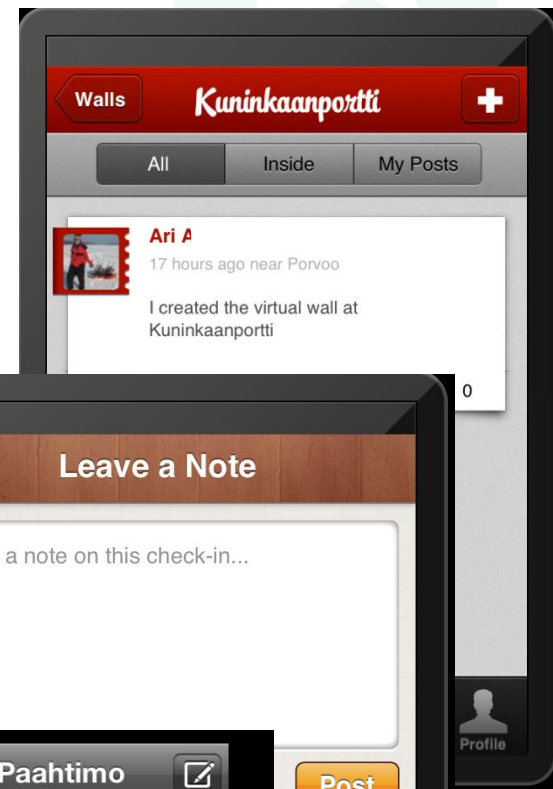
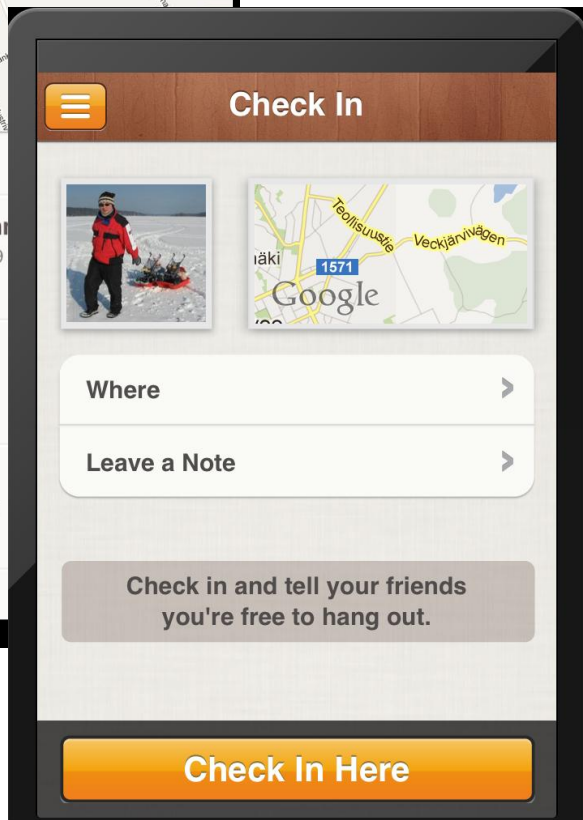
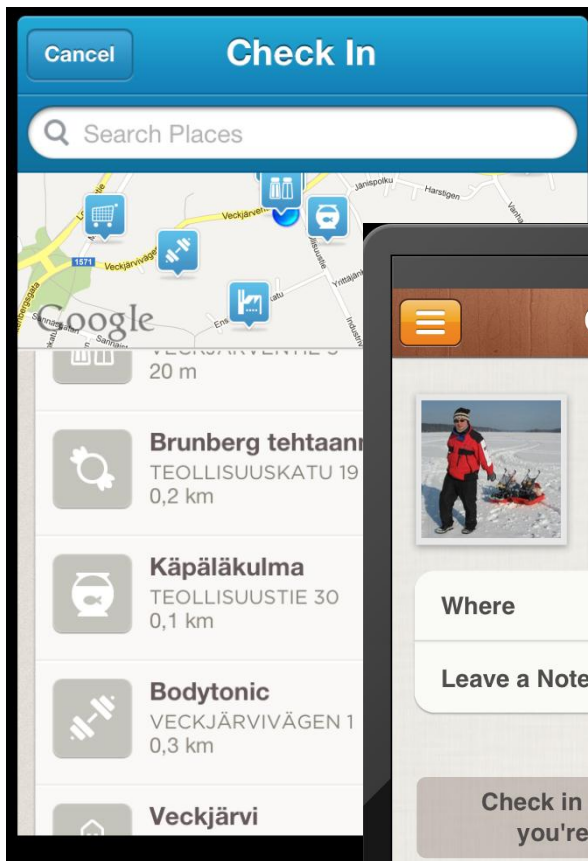
(ao ruutukuvat Foursquaren opastustoiminnosta, joka opastaa uuden käyttäjän käyttämään sovellusta)



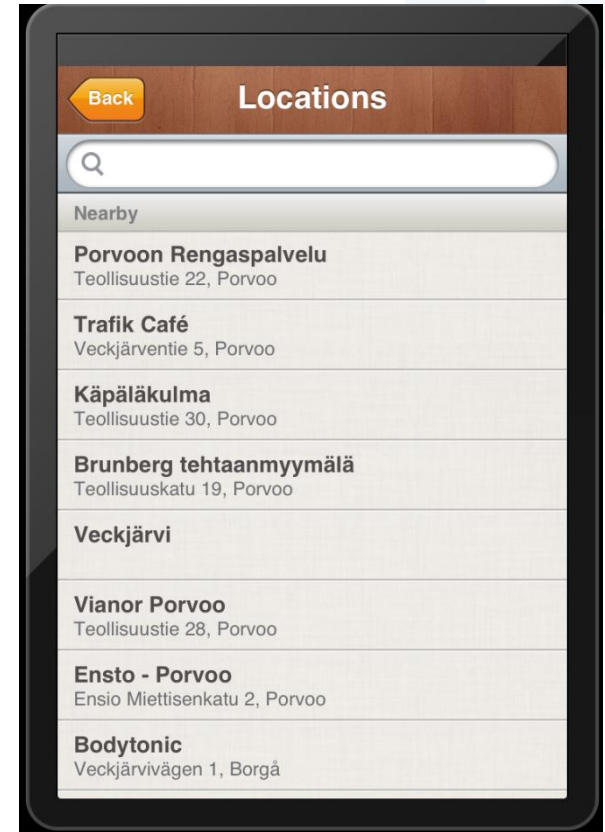
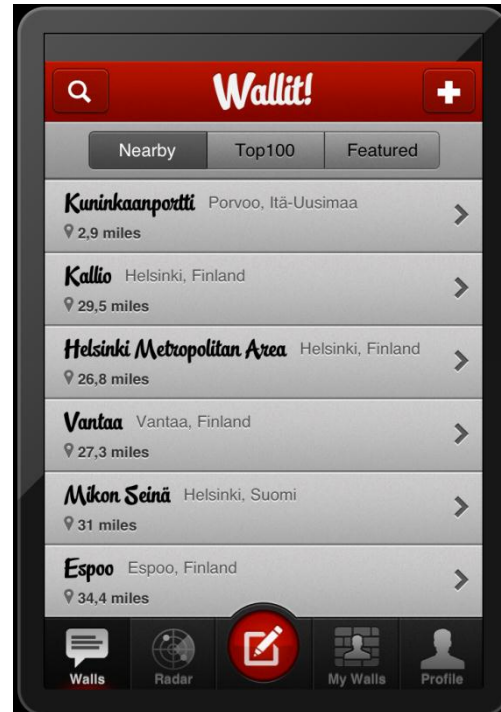
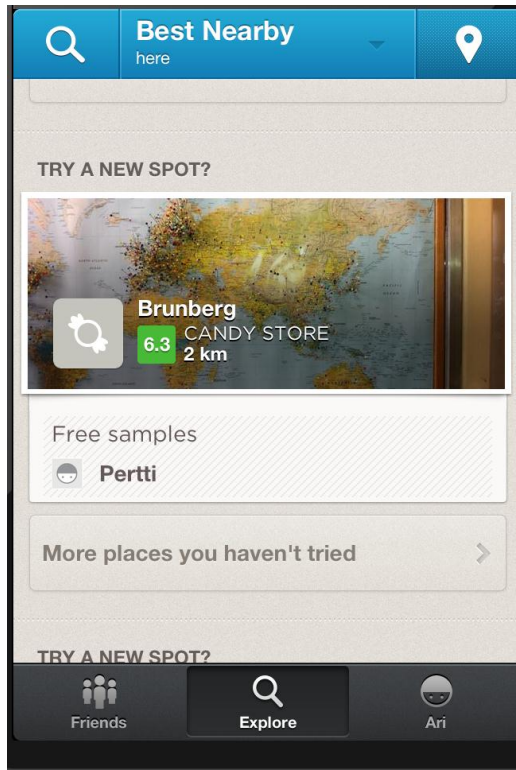
Tyypillisiä ”perus”-ominaisuuksia SoLoMo-sovelluksissa ilman toimiala-kontekstia

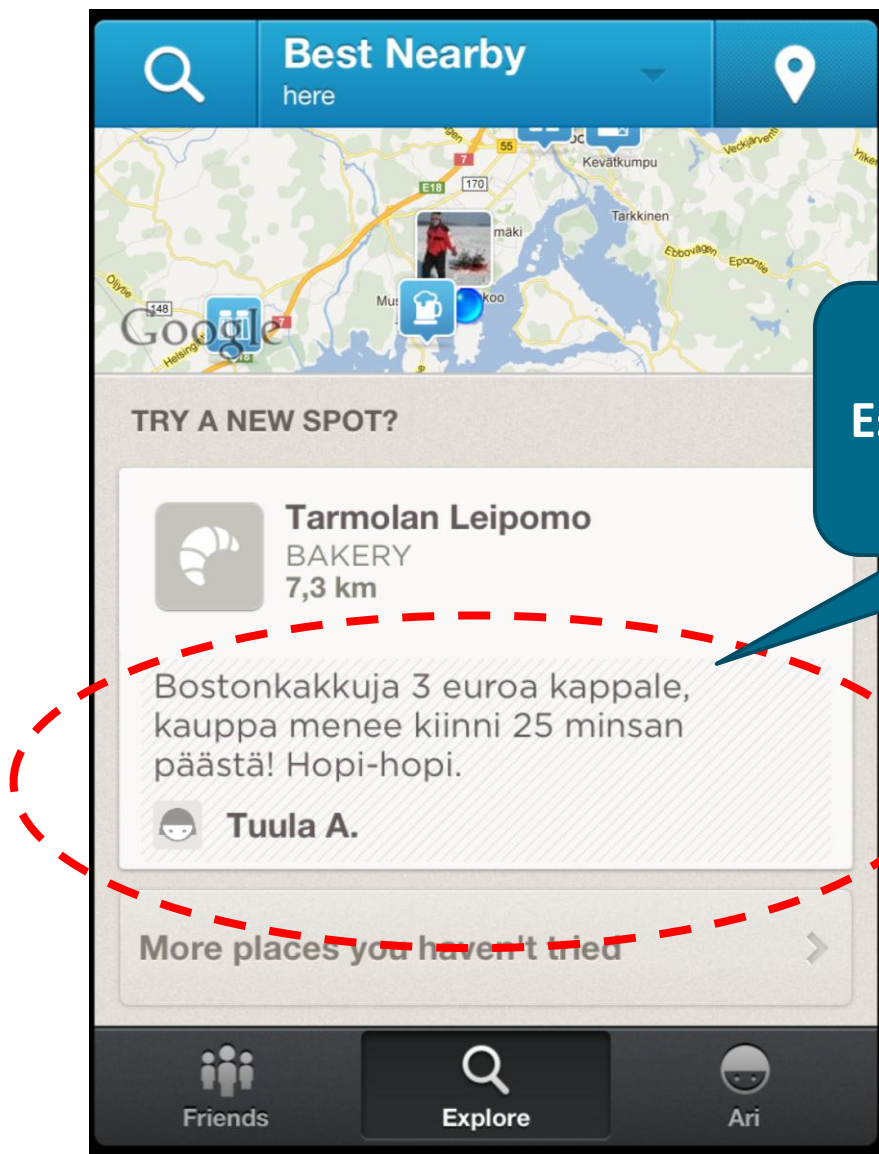


Esimerkki: Check-in-toiminto ja viestien jättäminen



Esimerkki: Nearby-toiminto (listaa lähistöllä olevat kohteet tai kaverit)





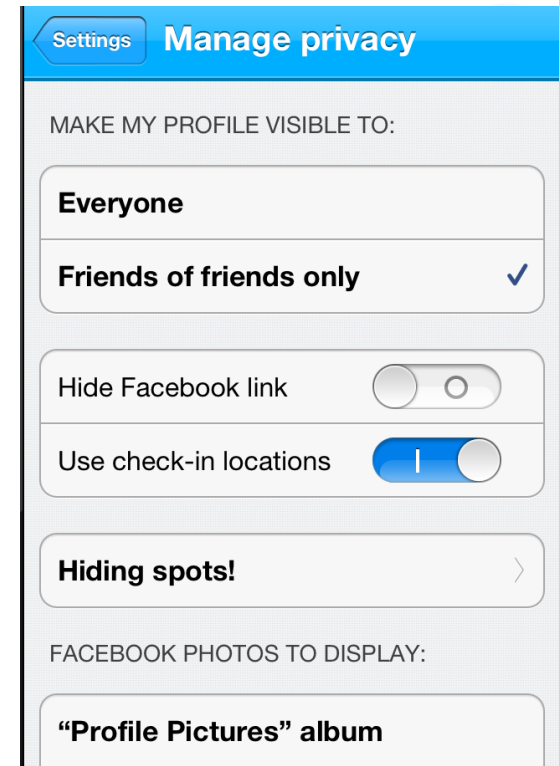
Esimerkki mainoksesta

Tunnistautuminen, kirjautuminen ja yksityisyys

Yhä yleisempi tapa on kirjautua omilla Facebook, Google tai Twitter-tunnuksilla. Sovellus hakee sieltä profiilitietosi (voit useimmiten muokata) ja kaverilistasi.



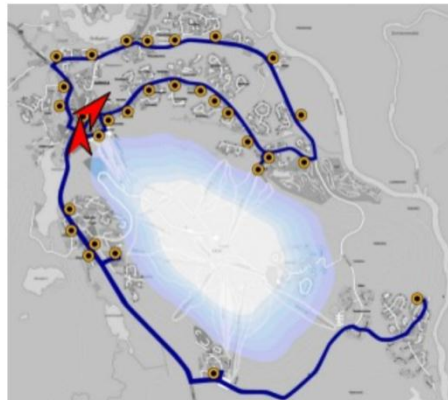
Sign in to TripAdvisor



m.levi.fi on hyvä esimerkki alueellisesta tarjonnasta, jossa useat toimijat ovat yhdistäneet voimansa yhteen palveluun. Sen eräs käytetyimmistä ominaisuuksista on SKI Bussin reaaliaikaisen sijainnin näyttö. Sivusto ei ole kuitenkaan varsinaisesti SoLoMo, vaikka siitä saisi sellaisen edelleen kehittämällä.



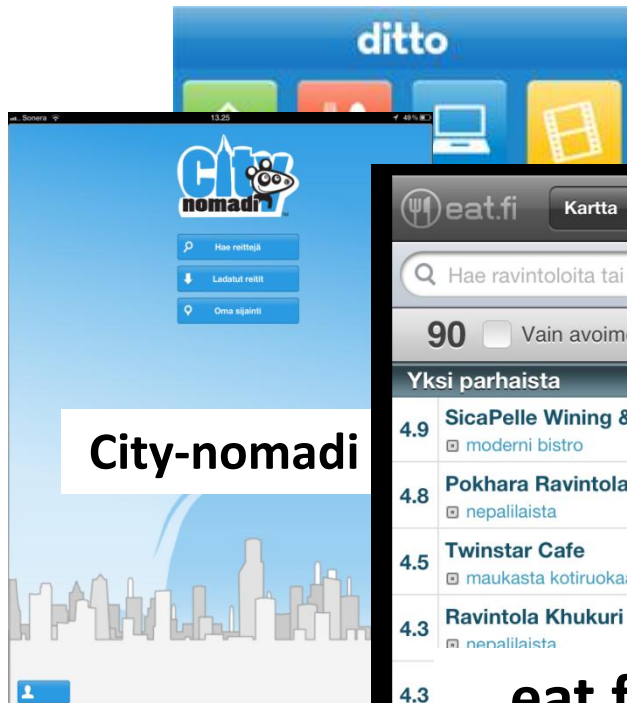
Ski Bussin sijainti



[Päivitä kartta »](#)

[Lataa isompi kuva »](#)

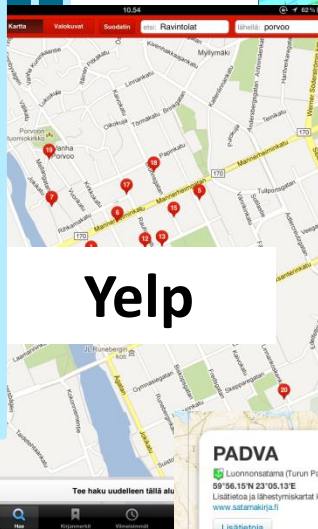
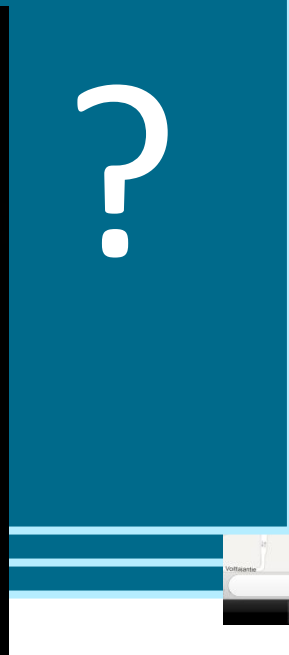
[« Takaisin](#)



City-nomadi



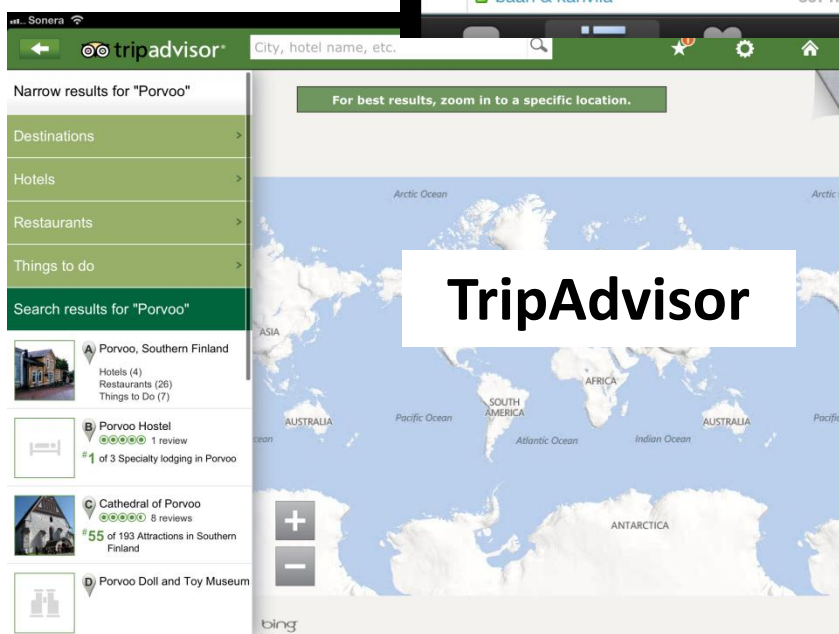
eat.fi



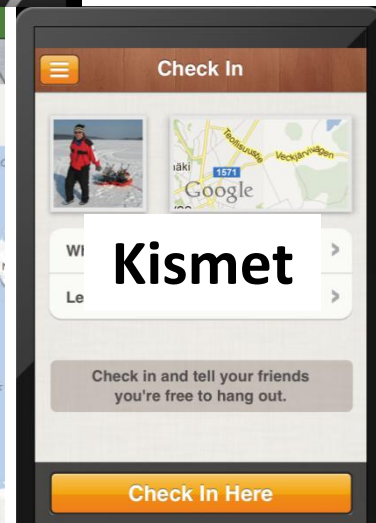
Yelp



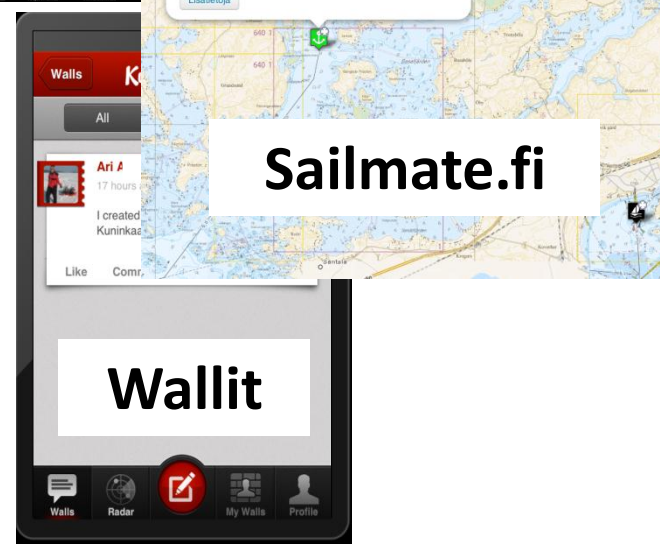
HaagaHelia app



TripAdvisor



Kismet



Wallit

Sailmate.fi