

Ami-säätiön ja Amiedun tulevaisuusvisio

Työelämän muutos Ennakointikamari

4.4.2016

Timo Karkola
Johtaja, rehtori

Työ ja johtaminen tulevaisuudessa?



4 tärkeintä asiakas kysymystä

- Kuka on asiakkaani, kenen haluan ostavan minulta?
- Mitä täytyy tapahtua, että kohderyhmäni ostaa minulta?
- Mitä pitää tehdä ja tapahtua, jotta asiakkaat myös tulevat takaisin?
- Mikä asia voisi saada (kohde)asiakkaani sanomaan ei, en tule takaisin, en halua palveluasi?

Lähde : Keith Cunningham, NBF 2015

Kaikki samalle kartalle

Miten asiakkaiden tarpeet muuttuneet/ mitä odottavat?

- asiakkaiden muutosajureita ja valintoja

Miten asiakas ylipäättään kiinnostumaan ja paikalle?

- myynti- ja markkinointi mallit ja prosessit muuttuvat

Miten aikaan oikea ja pysyvä asiakaskokemus?

- odotusten lunastus, jälkimarkkinointi, yhteisöllisyys

Asiakasprofiilien muutosajurit

Multidimensional

Asiakkaan roolit muuttuvat, *työ- ja vapaa-aika sekoittuvat*. Ihmiset haluavat yhä enemmän ilmaista itsensä omien valintojen kautta.

Prosumer

Asiakkaat *haluavat yhä enemmän osallistua palvelun tuottamiseen* ja he ovat enemmän tietoisia siitä, mitä voivat tehdä ja vaatia, jolloin paine siirtyy yrityksille *tuottaa heidän haluamiaan palveluita*.

Simplicity

Asiakkaat *etsivät asioita jotka helpottavat heidän elämäänsä kaiken kiireen keskellä*. Muutoksia tapahtuu jatkuvasti ja asioiden järjestämisen tulee onnistua helposti sopivana ajankohtana.

Localism

Asiakkaat *hakevat yhteyttä paikallisuuteen* enemmän. Ympäri on syntynyt kokonaan uusi kulttuuri.

Social & Media

Asiakkaat *haluavat jakaa yhä enemmän omia kokemuksiaan*, kuvia, ym. sosiaalisessa mediassa. Ostopäätöksiin vaikuttaa kasvassa määrin *muiden kokemukset*

Value-Driven

Asiakkaat haluavat maksaa vain siitä mitä he tarvitsevat, mutta toisaalta he ovat *valmiita maksamaan kun palvelun laatu vastaa heidän odotuksiaan*. Samaan aikaan hintatietoisuus kasvaa.

Techno Affine & Mobile

Asiakkaalla on *nykyään mukana keskimäärin kolme eri päätelaitetta*, joita hän käyttää jatkuvasti ollakseen yhteydessä ystäviinsä niin työ- kuin vapaa-ajalla.



Työelämän kehittäjä ... katso Googlesta



Käytännönläheinen ja vaikuttava, vahvasti asiakkaan arjessa



Timo Karkola, 4.4.2016

amiedu

Amiedun tarina

35

Amiedu profiloit itsensä työelämän kehittäjäksi.

Amiedu palvelee asiakkaitaan tuottamalla osaamisperusteisia asiantuntijapalveluita, monimuotoisia kartoitus- ja kehittämispalveluita sekä tutkintopalveluita.

Amiedun kilpailuetu on sen tuottamien palveluiden kilpailijoita parempi vaikuttavuus.

Amiedu luo konkreettisen siirtovaikutuksen asiakasyhteisön tuotantoon, palveluun ja kehittymiseen.



Muutoksen johtamisen ydinkysymykset ja menettelyt

Minne haluamme mennä?	Kuinka johdamme organisaatiota niin, että pääsemme sinne?	Mihin meidän pitää panostaa tavoitteiden saavuttamiseksi?	Miten hallitsemme muutostilanteen?	Miten varmistamme tavoitetilan juurtumisen?
Strategia- ja vuosisuunnittelu prosessin läpivienti	Johtamisen menettelyjen arviointi ja kehittäminen	Palvelumuutos-tarpeet; tunnistaminen	Muutososaamisen varmistaminen	Prosessien hallinta
		Prosessimuutos-tarpeet; tunnistaminen	Muutoksen suunnittelu	Jatkuva parantaminen
		Osaamismuutos-tarpeet; tunnistaminen	Muutoksen viestintä	Osaamisen ylläpito ja kehittäminen
		Teknologiset muutos-tarpeet; tunnistaminen	Muutoksen läpivienti	

Vahvistamme muutoksen vaikuttavuutta digitalisaatiolla



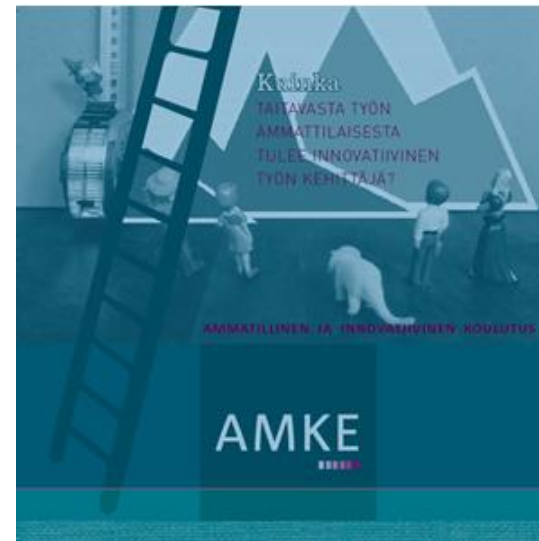
Puhumme samaa kieltä: ensin ... ihmiskuva

- Taitava työnsä suorittaja



- Taitava työnsä suorittaja sekä työnsä ja koko työyhteisönsä kehittäjä

- Innovaatiot verstaan lattiatasolla käytännön työtehtävien yhteydessä



Prof.
Vesa Harmaakorpi
LUT



Lisätietoja

- Ami-säätiö, Amiedu
- Ammattikasvatusneuvos
Timo Karkola
Johtaja, rehtori
- Valimotie 8
PL 151
00381 Helsinki
- Puh 020 7461 438
Mobile 050 5995 278
- timo.karkola@amiedu.fi
www.amiedu.fi



amiedu