Silver Economy

Karelia AMMATTIKORKEAKOULU

BUSINESS JOENSUU | JOE WITH

Elinkeino-, liikenne- ja ympäristökeskus

Vipuvoimaa EU:lta 2014–2020

Euroopan unioni
Euroopan sosiaalirahasto

Silver Economy

Silver Economy –markkinoiden mahdollisuudet yrityksille

23.5.2019

silvereconomy.karelia.fi

Kehitysnäkymiä

- Kaikista voimakkaimmin kasvaa ikääntyneiden kulutus (Terhi-Anna Wilska, sosiologian professori ja kulutustutkija)

- ”Väestön ikääntyminen Euroopassa tuottaa uudenlaisia kuluttajia, joiden tarpeisiin yritysten on opittava vastaamaan” (Mika Pantzar Aalto-Yliopisto, Asiakkaan aika ja talouden rytmiliike –raportti)

Eläkeläiskuluttajat juhlivat ravintoloissa – Näin tämä nousukausi eroaa aiemmista

Suomen talouskasvu on tässä nousukaudessa poikkeuksellisen laaja-alaista. Myös kuluttajina suomalaiset ovat muuttuneet ja käyttävät yhä enemmän palveluja. Yle kysyi viideltä asiantuntijalta, mitkä ovat nousukauden erityispiirteitä vuonna 2018.

Noususuhdanne 12.3.2018 klo 19:46

https://yle.fi/uutiset/3-10106253

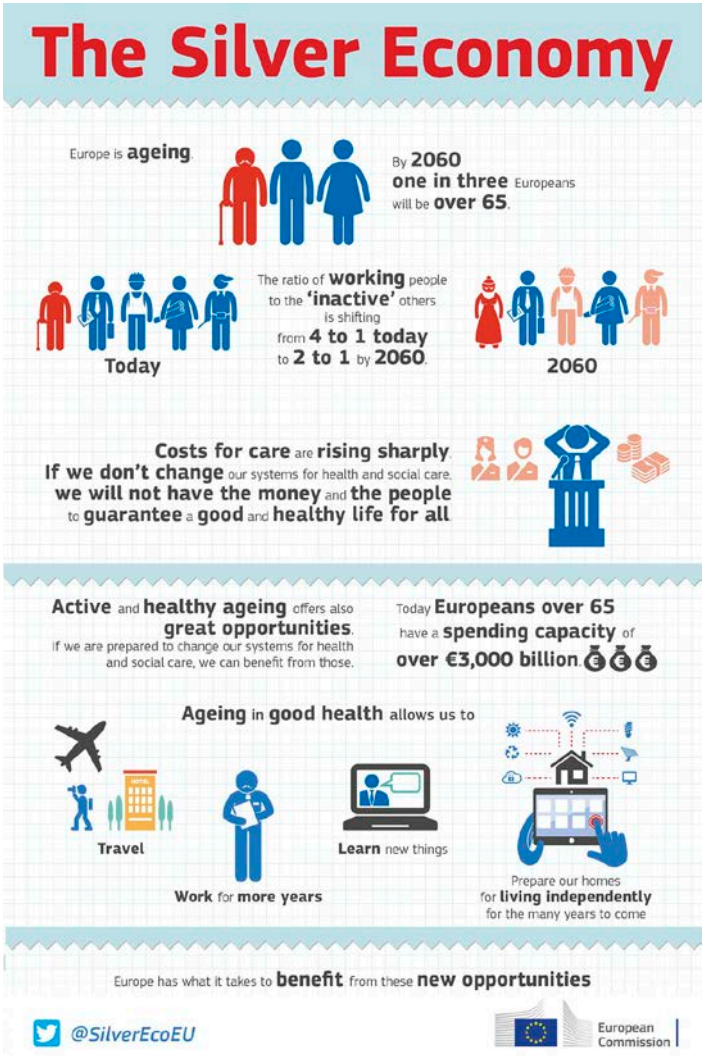
Silver Economy

Silver Economy

- ”Väestön ikääntyminen Euroopassa tuottaa uudenlaisia kuluttajia, joiden tarpeisiin yritysten on opittava vastaamaan” (Mika Pantzar Aalto-Yliopisto)

- Silver-markkinoiden kasvu tulee avaamaan uusia mahdollisuuksia tuotteiden ja palvelujen kehittämiselle monilla eri toimialoilla.

- **Vuoden 2019 alussa alkaneella Silver Economy –hankkeella on katse käyttäjälähtöisessä kehittämisessä ja ikääntyvissä asiakkaissa.**



silvereconomy.karelia.fi

https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/growing-silver-economy-europe

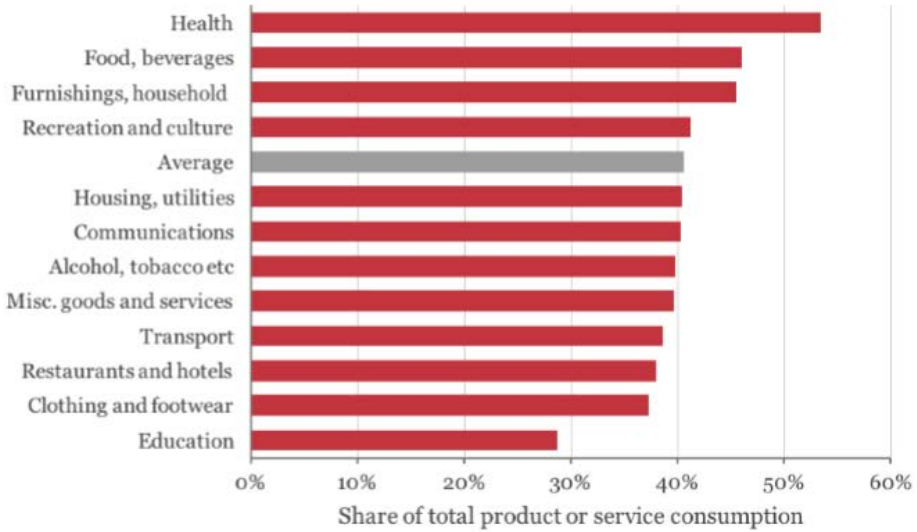
Ikääntyvien kulutus

Vertailtaessa eri ikäryhmien kulutusta on havaittu, että ikäryhmistä kaikista voimakkaimmin kasvaa ikääntyneiden kulutus.

Euromonitor ennustaa, että vuoteen 2020 mennessä yli 60 vuotiaiden globaali ostovoima tulee saavuttamaan US$15 triljoonaa.

Tämä tarjoaa suuria mahdollisuuksia kohdentaa palveluita ja tuotteita ikääntyville kuluttajaryhmille.

Figure 7 Silver Economy share of key consumption groups across Europe



Ikääntyvät asiakkaat

- Ikääntyvät ovat aktiivisia kansalaisia ja kuluttajia.
- Suomessa asuu 2,2 miljoonaa yli viisikymppistä, joka toinen suomalainen siis kuuluu tähän joukkoon. Ikäryhmään mahtuu monta hyvin erilaista ihmistä niin iältään, harrastuksiltaan, kulutustottumuksiltaan tai esimerkiksi mediankäytöltään.
  - Ikäryhmittäin tarkasteltuna yli 50-vuotiaiden joukosta löytyy kolme isoa ikäryhmää: 50–59-vuotiaita on 746 000, 60–69-vuotiaita 752 000 ja yli 70-vuotiaita 715 000 (Lähde: Stat.fi).

https://wau.fi/artikkelit/luuletko-etta-yli-50-vuotias-ostaa-vain-laakkeita-ja-halpaa-voita

Silver Economy

Silver Economy - palvelukehittämisellä 50+ markkinoille

Asiakaslähtöisyyttä palveluiden kehittämiseen ja yrityksille työkaluja palveluiden markkinointiin.

Tavoitteena on kehittää yritysten tuotteita ja palveluita asiakaslähtöisin menetelmin. Kehittämistyöllä parannetaan yritysten kilpailukykyä, koulutuksen tarjontaa ja laatua, henkilöstön osaamista sekä luodaan alueelle konkreettisia uusia 50+ tuotteita ja palveluja.

silvereconomy.karelia.fi

Silver Economy

Mikro- ja PK-yrityksille

- Valmennuksia ja kehittämistyöpajoja
- Kehittämis- ja markkinointipilotteja ja tapahtumia
- Tukea ja uusia toimintamalleja
- Kansainvälisiä konsepteja
- Yhteiskehittämistä ja verkostoja

Valmennus- ja kehittämissisältöjämme

- Palvelumuotoilu
- Käyttäjälähtöinen kehittäminen
- Uudet liiketoimintamallit
- Ikäystävällinen yritys
- 50+ markkinointi

Valmennuspaketti

» valmennuspajat ja tilaisuudet

» näkyvyyttä tapahtumissa ja kanavissa

Kehittämispaketti

» valmennuspajat, kehittämispajat ja tilaisuudet

» kehittämis- ja markkinointipilotit ja tapahtumat

Kv-kehittämispaketti

» valmennuspajat, kehittämispajat ja tilaisuudet

» kehittämis- ja markkinointi-pilotit ja tapahtumat

» osallistuminen kansainväliselle benchmark -matkalle sekä kansainvälisiä tapaamisia

Silver Economy

Silver -sukupolvet ja palvelut

- Useat olemassa olevat tuotteet ja palvelut eivät sellaisenaan palvele ikääntyvien kuluttajien tarpeita.
  - Paremmin soveltuvat palvelut ja tuotteet vahvistavat ja tukevat ikääntyvien kuluttajien elämänlaatua sekä toimintakykyä. Tällä on merkitystä yhteiskunnalle.

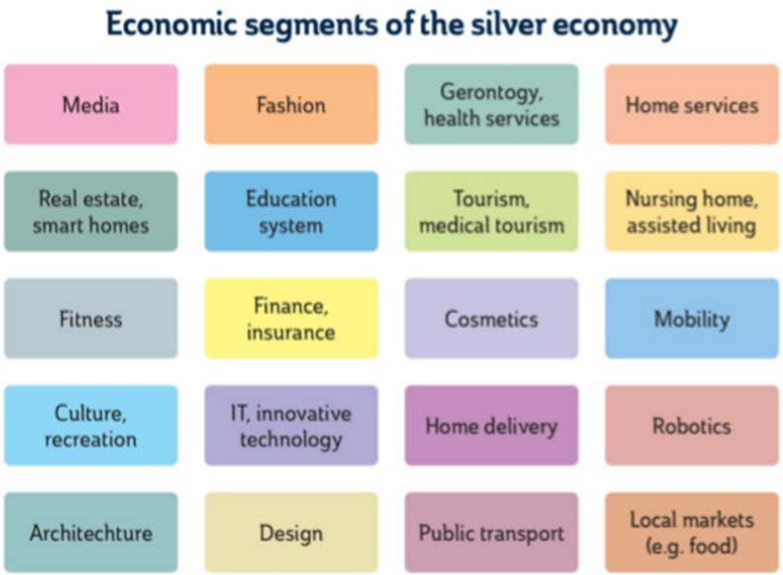
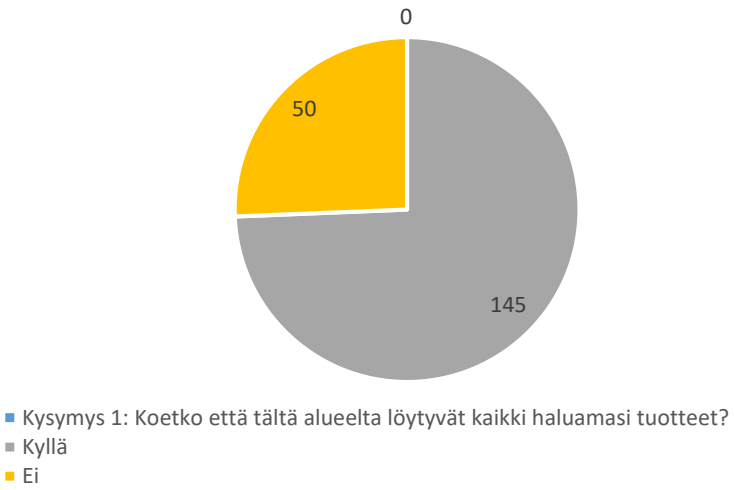


Figure 1. The impact of the silver economy on economic segments (Source: Zsarnoczky M., 2016)

Pohjois-Karjalan 50+ kuluttajakäyttäytymisen kysely, kevät 2018

- Keväällä 2018 toteutettiin 50+ kuluttajakäyttäytymisen kyselyhaastattelu alueen ostoskeskuksissa. Tuloksena tietoa 50+ kuluttajien ostokäyttäytymisestä sekä tarpeista ja toiveista.

- Vastanneista yli ¼ mielestä alueelta ei löytynyt kaikkia heidän haluamiaan tuotteita.
- Puuttuvia tuotteita avointen vastausten mukaan erityisesti vaatteet, kengät, huonekalut, työkalut ja rakennustarvikkeet.



silvereconomy.karelia.fi

Pohjois-Karjalan 50+ kuluttajakäyttäytymisen kysely, kevät 2018

- Ostokäyttäytymisessä saatiin kiinnostavia tuloksia. Erityisesti viihteen, vaatetuksen ja ravintolapalveluiden runsas käyttö oli odotettua suurempaa. Tässä oli eroa myös ikäryhmien välillä.

- Yli 1/4 vastanneista kaipasi lisää omalle ikäryhmälleen suunnattuja toimintoja. Toiveista suuri osa liittyi liikuntaan, kulttuuriin, harrastusmahdollisuuksiin ja viihteeseen.

silvereconomy.karelia.fi

Palvelukehittämisellä 50+ markkinoille

- Maailmalla on havahduttu ikääntyneisiin asiakkaisiin. Useiden eri toimialojen yritykset ovat lähteneet kehittämään palveluja erityisesti ikääntyneille asiakkaille.
  - Saksan markkinoilla on jo vuosien ajan puhuttu ”best ager” -kuluttajista
  - Yhdysvalloissa ja Aasiassa silver-markkinoihin on panostettu jo kauan
- Aina ei tarvitse luoda täysin uutta palvelua.
  - Palvelutarjonta voi oikeanlaisella palvelumuotoilulla näyttäytyä eri elämänvaiheissa oleville ja eri-ikäisille kuluttajille erilaisena.
  - ”--Pienetkin palvelukonseptien uudistukset voisivat riittää varttuneempien kuluttajien tavoittamiseen.”

https://kauppa.fi/ajankohtaista/blogit/vieraskynaeblogi/ikaantyvat_jupit_digiajassa_350

silvereconomy.karelia.fi

Silver Economy

Palvelumuotoiluajattelua yrityksille

- Vuonna 2018 toteutettujen palvelukehityspilottien pohjalta julkaisimme ensimmäisen oppaan.
  - Kolme palvelukehityspolkua uusien Silver Economy -palveluiden luomiseen

- https://issuu.com/karelia-amk/docs/palvelumuotoilu-opas-yrityksille

silvereconomy.karelia.fi

Silver Economy

Liiketoiminnan kehittäminen

Ostosketjuista; Tesco and Kaiser and AEON ovat luoneet “pensioner-friendly” supermarketteja - mm. suurennuslaseja, pienempiä annoskokoja, penkkejä yms.

	Alterations to store layout and physical environment	*Intensified customer service*	*Increase in ‘senior-friendly’ product offerings*
EDEKA	• Wider aisles • Lower shelf height • Barrier-free parking lot • Slip resistant floors • Rest area	• Staff training • Personal shopping assistance • Personal home delivery service	• Small-household sized products
Engelhorn	• Bigger changing cubicles • More appropriate illumination	• Staff training • Extra time devoted to the silver generation	• Premium restaurant • Premium cosmetics for mature skin

Palvelukonsepteja

Pamplemousse 50+ aikuisten kieli- ja kultturikurssit

BORDEAUX AREA CULTURE AND GASTRONOMY

- 20 tuntia ranskan opetusta aamuisin
- + kiinnostavia vierailukohteita ja tapahtumia iltapäivisin (4 kahden tunnin kohdetta viikossa), mukana ranskan opettaja.

ETUSIVU | RUOKA JA VIINI | ELÄMYKSIÄ | AKTIIVISUUTTA | AITOA RANSKAA | ITALIA & ESPA

50+ aikuisten kieli- ja kulttuurikurssit (Nizza ja Bordeaux)

Aikuisessa seurassa ranskan kielen opiskelua ja mielenkiintoisia kulttuurikohtaita ja -vierailuja. Valittavana Nizza Rivieralla tai Bordeaux Atlantin puolella.

Peruskurssi + RIVIERAN KULTTUURI, 50+
20 ranskan kielen oppituntia viikossa tiistaista perjantaihin aamupäivisin + mielenkiintoisia vierailukohteita arki-iltapäivisin (5 kohdetta viikossa), mukana ranskan kielen opettaja. Kurssille suositellaan vähintään kielitasoa A2. Vierailukohteita esimerkiksi Nizzan vanha kaupunki, Monaco, Menton, Cannes, viini- ja juustoilta, Saint Paul de Vence, Nizzan museot, Antibes, Villefranche, Eze. Valitse 1 tai 2 viikon kurssi.
Hinta 2018: 575 € / 1 viikon kurssi, 1085 € / 2 viikon kurssi. Aloituspäivät 16.4 ja 17.9.2018.

KATSO LISÄÄ NIZZAN KIELIKURSSEISTA.

http://www.pamplemousse.fi/elamyksia-ranskassa/kielikurssit/aikuisten-kieli-ja-kulttuurikurssit-ranskassa/

Silver Economy

Senioreille räätälöityjä palveluita

- Puhelimen käyttöopetusta
- Optikon kotikäyntejä

silvereconomy.karelia.fi

Matkustaminen

- Iso-Britaniassa CrossCountry-rautatieyhtiö on toteuttanut haastatteluja ja pyrkinyt huomioimaan 50+ näkökulman palveluiden ja tuotteiden kehittämisessä.

THEDRUM.COM

Cross Country joins forces with PHD and McCann to attract over 50s

Nanso uudisti mallistonsa ja piti luottoasiakkaat tyytyväisinä

- Malliston uudistuksesta vastasi Nanson pääsuunnittelija Noora Niinikoski, joka on tehnyt samaa työtä Marimekolla.

- "Roolini on ollut sovittaa yhteen uusi ja vanha. Tiedostamme, kuinka arvokas asiakasryhmä yli 50-vuotiaat ovat meille. He ovat voineet olla asiakkaitamme kolmikymppisistä asti, joten kysymys oli, miten olemme relevantteja sen ikäisille tänä päivänä", Niinikoski sanoo.

Senioreilla on aikaa ja rahaa, mutta miten heitä voi puhutella? – näin Nanso uudisti mallistonsa ja piti luottoasiakkaat tyytyväisinä

- https://www.marmai.fi/lehti/senioreilla-on-aikaa-ja-rahaa-mutta-miten-heita-voi-puhutella-nain-nanso-uudisti-mallistonsa-ja-piti-luottoasiakkaat-tyytyvaisina-6718429

Silver Economy

GOLF-matkoja ja toimintaa yli 55+

http://www.golf55plus.fi/index.html

silvereconomy.karelia.fi

Silver Economy

DNA avasi vanhuksille oman asiakaspalvelun

- Lähes neljännes DNA:n asiakaspalveluun soittavista on yli 65-vuotiaita.

- Teleoperaattori *DNA* avasi 2008 alussa yli 65-vuotiaille asiakkailleen oman asiakaspalvelunumeron, joka auttaa matkapuhelimeen ja liikkuvaan laajakaistaan liittyvissä asioissa. DNA:n tiedotteen mukaan sen asiakaspalveluun soittavista lähes neljännes on yli 65-vuotiaita.

- DNA:n *Seniorilinja* tarjoaa kiireetöntä asiakaspalvelua ja opastusta kaikissa matkapuhelimiin liittyvissä asioissa suomeksi, ruotsiksi ja englanniksi.
  - – Seniori-ikäiset ovat kertoneet tarvitsevansa palvelua, jossa osataan kuunnella ja halutaan auttaa ja jossa on aikaa kohdata ihminen ihmisenä. Haluamme, että myös iäkkäämmät asiakkaamme uskaltavat kokeilla matkapuhelimen ja liikkuvan laajakaistan mahdollisuuksia, sanoo DNA:n asiakaspalvelusta vastaava johtaja **Petteri Niemi** tiedotteessa.

https://www.marmai.fi/uutiset/dna-avasi-vanhuksille-oman-asiakaspalvelun-6272553

K-rauta Dreambuilder

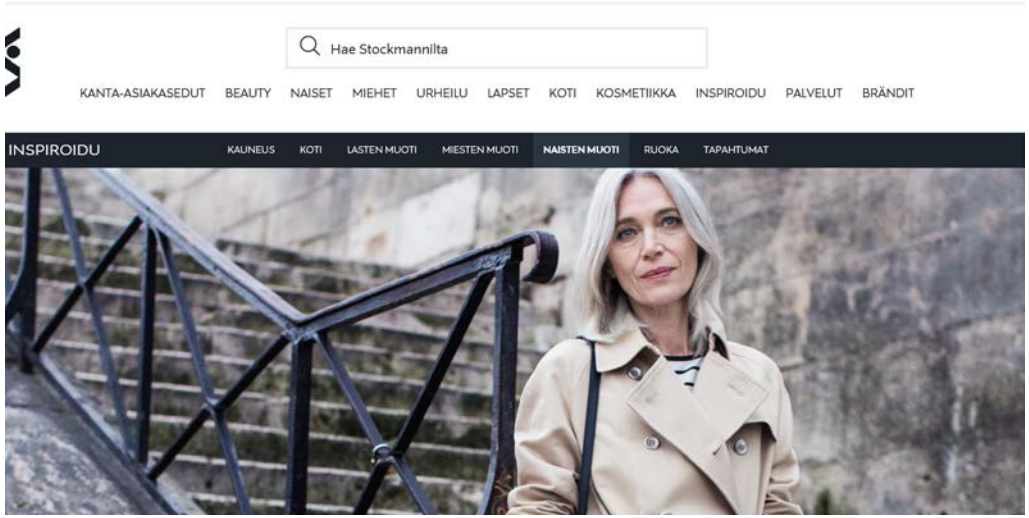
- Suomalainen kuluttaja tekee nykyään entistä vähemmän remonttitöitä itse. Ikääntyvä ja vaurastuva väestö ostaa palvelut mieluummin ammattilaisilta. K-Rauta haluaa vastata markkinoiden tarpeisiin ja tehdä K-Raudassa asioimisesta helppoa. Avain tähän ovat digitaaliset palvelut.

http://dynamoson.fi/toitamme/k-rauta-dream-builder/

https://www.businessfinland.fi/ajankohtaista/caset/2017/k-rauta-dream-builder-tekee-remontin-helpoksi/

Mainonta

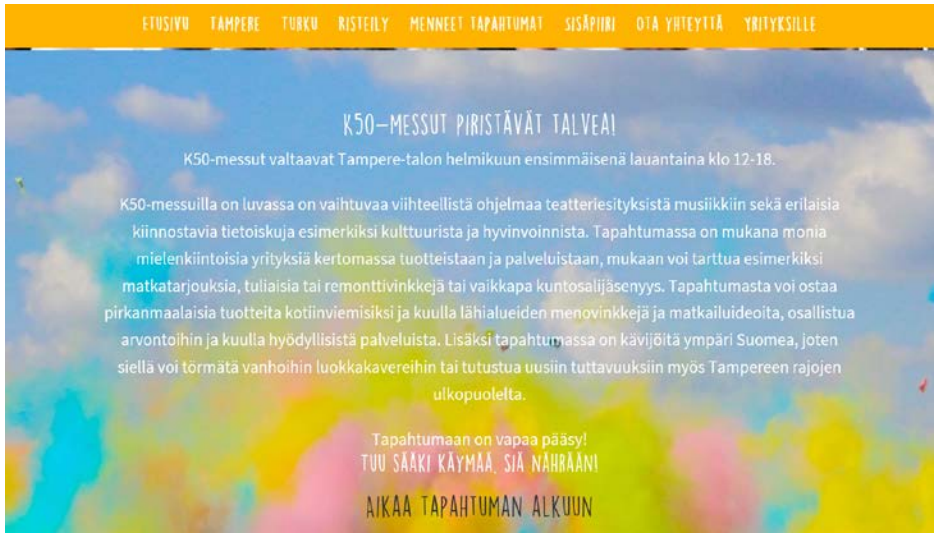
- Stockmann on todennut, että kanta-asiakkaat vanhenevat ja siksi kanta-asiakasmainonnassa esiintyy myös harmajapäitä.
- https://www.marmai.fi/uutiset/ala-hylkaa-minua-6618195



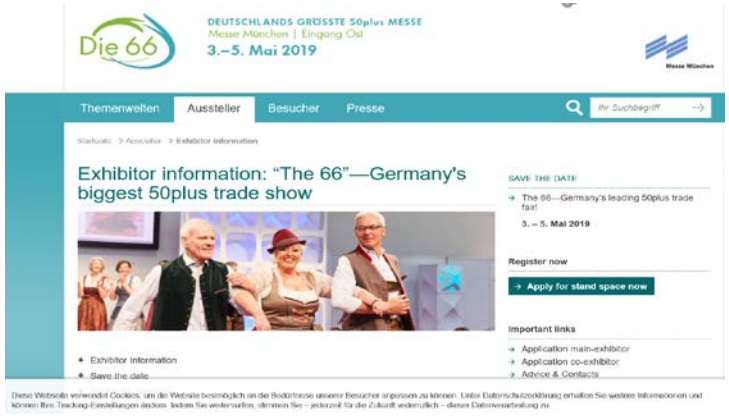
https://info.stockmann.com/inspiroidu/naiset/muoti/klassinen-tyyli-haltuun/

Silver Economy

Messuja, tapahtumia



153 näytteilleasettajaa/yritystä



350 näytteilleasettajaa/yritystä

silvereconomy.karelia.fi

Silver Economy

Tervetuloa mukaan palvelukehittämiseen ja pohjoiskarjalaiseen Silver Economy toimijaverkostoon

- Tavoitteenamme on seuraavan 2 ½ vuoden aikana kehittää yritysten kanssa uusia 50+ tuotteita ja palveluita sekä tarjota yrityksille osaamista ja menetelmiä omaan kehittämiseen

- Tulemme lisäksi toteuttamaan markkinointipilotteja ja sekä tapahtumia, joissa yritysten on mahdollista näkyä ja kontaktoida asiakkaita

silvereconomy.karelia.fi