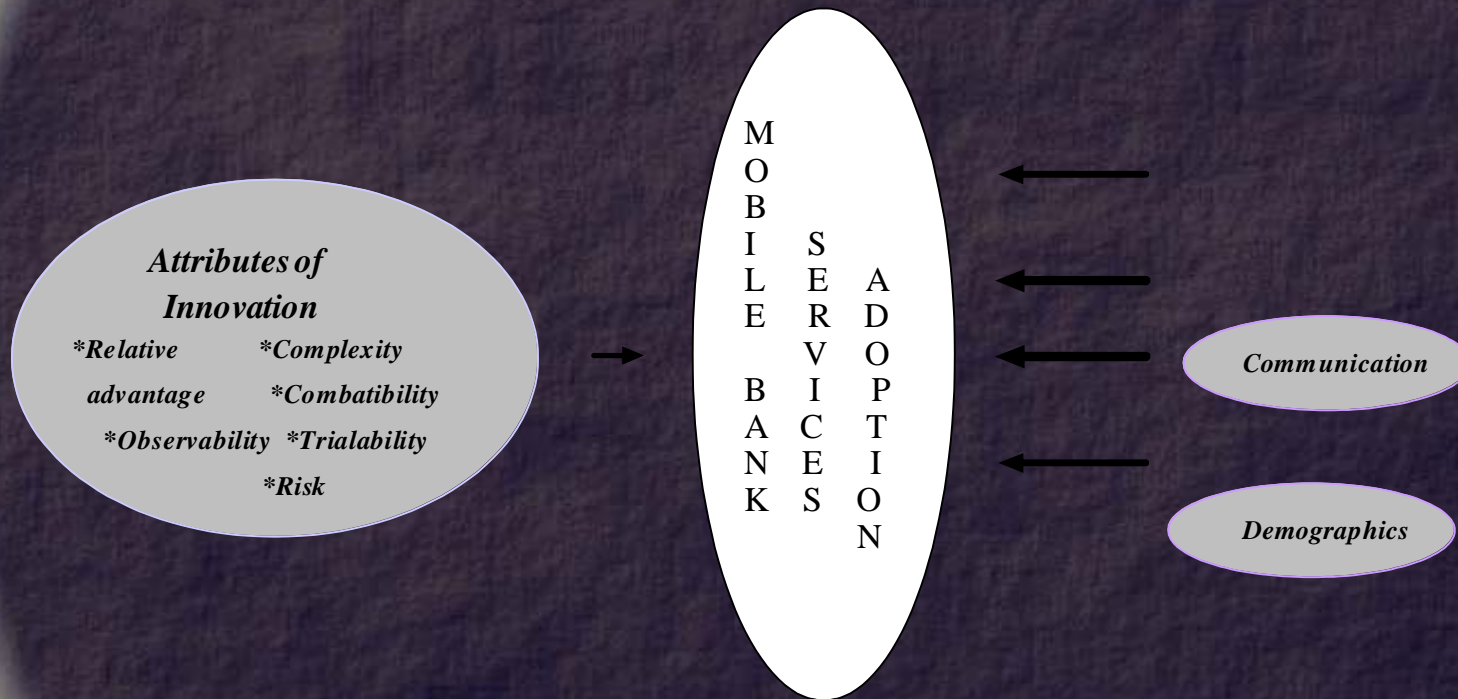


4.1 Mobiilipalveluiden asiakaslähtöinen tuotteistaminen

“Adoption of Mobile Banking Services” Viitekehys



Tutkimuspaperit

- ◆ “Usage of Mobile Services: Empirical Findings from a Bank Customer Survey” American Marketing Association 2003 Summer Marketing Educators’ Conference, elokuu Chicago. Conference Proceedings
- ◆ “Modelling Mobile Banking Adoption” the 2003 European Marketing Academy Conference, toukokuu Glasgow
- ◆ “Technology-based Service Products - A Study on the Drivers and Inhibitors of Mobile Banking” the 2003 mBusiness Conference, kesäkuu Wien
- ◆ “Mobile Banking and Consumer Behavior - New Insights into the Diffusion Pattern” Journal of Financial Services Marketing

Keskeiset tutkimustulokset

- ◆ Mobiilipalveluiden käyttäjän profiili muuttumassa
- ◆ Mobiilipalveluiden todennäköisimmät adoptoijat eivät välttämättä ole Internet-palveluiden heavy-usereita
- ◆ Teknologiasuhtautuminen muuttumassa positiivisemmäksi
- ◆ Mobiilipalveluiden omaksumisen edistäjiä:
Mobiilisuuteen liittyvät tekijät mm.
Saatavuus
Riippumattomuus
Palvelun välittömyys
- ◆ Mobiilipalveluiden omaksumisen hidastajia:
Toiminnallisuuteen liittyvät seikat mm.
Hitaat tiedonsiirtoyhteydet
Palvelun toimimattomuus
Virheiden mahdollisuus
Riittämättömät ohjeet
- ◆ Ikääntyvissä kuluttajissa markkinapotentiaalia