

CONSUMER BIG DATA HACK

1

TAVOITE

Mihin kokeilulla pyrittiin?

- Tiimien toimeksiantona oli tutkia kuluttajakäyttäytymistä ja siihen vaikuttavia tekijöitä kaupunkikeskustassa. Tavoitteena oli tutkia varsinkin niitä tekijöitä, jotka vaikuttavat kuluttajien ajautumista kivijalkaliikkeisiin ja kuinka liikehdintää kyetään ennustamaan nykyistä tehokkaammin.

2

TOTEUTUS

Miten kokeilu toteutettiin askel askeleelta?

Hackathonissa noudatettiin hyväksi havaittua, välitapahtumiin perustuvaa lähestymistapaa:

- Briefing-tilaisuus
- 48h Hackathon camp
- Idean itsenäinen työstäminen ja organisoiijien tarjoama mentorointituki tiimien tarpeiden mukaan
- Töiden/ideoiden pitsaus tuomaristolle ja jatkokehitysmahdollisuuksien läpikäynti

3

YHTEISTYÖ

Oliko kokeilussa yhteistyötahoja?

- doop Oy
 - Telia
- BalticSatApps
 - Jokojo

4

MUUTTUJAT

Mitä mitattiin? Mitä muuttujia kokeilussa oli?

- Tiimit saivat dataa kivijalkaliikkeiden ja niiden ympäristön kävijämääristä ja ohikulkijoista sekä ympäröivistä olosuhteista.
- Muita hyödynnettävissä olevia muuttujia olivat mm. sääolosuhteet.

5

ENNUSTE

Millaiset ennakoitavat vaikutukset kokeilulla oli?

- Tiimien tekemän analyysin ja datan pohjalta pystyttäisiin ymmärtämään kuluttajakäyttäytymistä ja siihen vaikuttavia tekijöitä paremmin kaupunkialueilla.

6

LOPPUTULOS

Oliko kokeilu onnistunut? Tuottiko se tietoa ratkaisun toimivuudesta?

- Tiimit antoivat uusia näkökulmia jo saatavilla olevan sekä avattavissa olevan kuluttajakäyttäytymisdatan analysointiin yhteistyökumppaneillemme.

7

PÄÄTELMÄT

Mitä saatiin selville? Olivatko tulokset luotettavia ja todenmukaisia?

- Avointa dataa voidaan hyödyntää myös kuluttajakäyttäytymistä tutkiessa sekä markkinoinnissa.
- Avoin data mahdollistaa myös tehokkaamman ennakoinnin työvoiman mitoittamisen suhteen ennustettavissa olevien asiakasvirtojen myötä.