

tulevaisuuden pelaaminen

- käytäntöjä kuluttajatutkimuksen valossa

Petteri Repo

KTU, Tutkimuspäällikkö
Kuluttajatutkimuskeskus



kuluttajatutkimuksen teemoja

- hinta
- vaihtoehtokustannus
- käytettävyys
- konteksti
- elämykset
- edelläkävijät, massakuluttajuus
- käytännöt
 - esim. digitaalinen valokuvaus, urheilulajien synty (säily ja sauvakävely), laivaristeilyt
- vrt. liikemaailma
 - lisäarvo
 - ansaintalogiikka
 - asiakassegmentit
 - killer application, läpimurtopalvelut, hype
 - teknologinen determinismi
 - visiot ja strategiat

pelit ovat edelläkävijöitä, koska

- ne luovat sisältöjä teknologialle!
- ne luovat uusia teknologisia ratkaisuja!
- ne opettavat käyttäjät uusille tavoille!
- ne tekevät teknologiaa ymmärrettäväksi!
- jne.
- jotain uutta?
 - vrt. pelimoottorit, polygonit, päivitykset
 - kuinka tietotekniikan tarjoamia uusia vapauksia hyödynnetään? onko passiivisia pelejä?
 - crossover olisi alalle tärkeä: Habbo Hotel vs. Max Payne

oppia muille aloille

- + helppokäyttöisyys
- + intuitiivisuus
- + toimivuus
- + sisällöt
- + interaktiivisuus
- + oppiminen
- + avoimuus, myös teknologiaan
- + beetatestaus
- vähättely
- paheksunta
- addiktiivisuus
- alakulttuurit
- Huolia 10.11:
 - asetukset
 - käytettävyys
 - pelejä pelaajille
 - aktiivointi

kilpailevia pelikarttoja

- käytäntöklusterointi vs. segmentointi
- käytäntöjen vaihdettavuus ja sukulaisuus
- sopeutuvatko käyttäjät tarjontaan vai sopeutuuko tarjonta ihmisten käytäntöihin?

tulevaisuuden pelaaminen

- pelaaminen "divergoituu"
- merkittävän kasvun edellytys: peli-innovaatiot sopeutuvat entistä paremmin käytäntöihin
 - tai pysyvät nykyisessä roolissaan
 - käytäntöjä ei muuteta lisäarvolla, ansaintalogiikalla tai segmentoinnilla
- spesifejä käyttäjiä geneerisille teknologioille