

Elisan uusi kauppa on kuin tv-studio

21.1.2010 11:49 — Heidi Vaalisto
heidi.vaalisto@sanoma.fi

Elisa avasi Helsingin Lasipalatsissa uudenlaisen myymälän, joka opastaa kuluttajia palvelujen monimutkaiseen maailmaan ja noukkii ruohonjuuritasolta hyviä ideoita jatkojalostukseen.

Elisa Studioksi nimetty myymälä näyttää enemmän televisioyhtiön tuotantotiloilta kuin teleoperaattorin myymälältä. Myyntitiskiä ei näy missään. Seinät peittyvät televisioiden kuvaruuduista. Näyteikkunan edessä on baaritiskiltä näyttävä, läppäreiden peittämä työtaso.

Elisan toimitusjohtaja **Veli-Matti Mattila** kehuu, että vastaavanlaista myymälää ei ole missään maailmassa. Kyseessä on ainutlaatuinen myymälä, jonka suunnitteluun telekonserni uhraasi paljon aikaa.

Uudenlaiset palvelut ovat tuoneet omat haasteensa kuluttajakauppaan. Mattila sanoo, että teleyhtiön perinteistä leipälajia eli liittymien myyntiä varten ovat ElisaShopit. Kuluttajat saavat kaupoista liittymiä ja pääsevät hypistelemään kännyköitä. Elisa Studio on pikemminkin kuluttajien kohtaamispaikka.

- Palveluissa ei ole fyysisiä tuotteita. Kuluttajien on hyvä päästä kokeilemaan internetin mahdollisuuksia, Mattila kuvaa.

Elisa Studio toimii myös eräänlaisena koelaboratoriona. Telekonserni kerää myymälän avulla ruohonjuuritason käyttäjäkokemuksia.

Saunalahdelta katosikivijalkamyymälä

Elisa Studio sijaitsee Helsingin ydinkeskustassa, Lasipalatsin tiloissa, joissa aiemmin toimi Elisa-konserniin kuuluvan Saunalahden kivijalkamyymälä. Saunalahdella ei tämän jälkeen enää ole kivijalkamyymälöitä, vaan teleoperaattori keskittyy nettikauppaan.

Elisa-konsernissa kivijalkamyymälöinä jatkavat ElisaShopitit.

Ne ryhtyvät myymään entistä enemmän Saunalahden tuotteita.

Telekonsernin uuden linjauksen mukaan yhtiö keskittää liittymäkaupan ja bulkkituotteet Saunalahden brändin alle. Oranssissa värissä esiintyvä Saunalahti on entinen halpaoperaattori, joka siirtyi Elisan omistukseen yli neljä vuotta sitten.

Elisan tuotemerkin alla yhtiö haluaa tarjota hinnakkaita palveluita, kuten viihdettä.

Veli-Matti Mattila näkee kuluttajakäyttäytymisessä polarisoitumisen. Sama kuluttaja käyttäytyy eri tavoin eri tilanteissa. Käyttäjä valitsee gsm-liittymän hinnan perusteella.

- Kun sama käyttäjä valitsee palveluita, hän haluaa vain parasta eikä hinta niin kiinnosta, Mattila sanoo.

<http://www.digitoday.fi/bisnes/2010/01/21/elisan-uusi-kauppa-on-kuin-tv-studio/2010958/66>