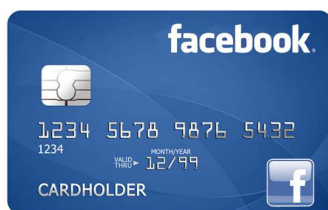


Fremtidens digitale bank?

Hvordan er kunderne online – og kan de hjælpe til udviklingen af fremtidens bank?

Lektor, ph.d. **Kristina Risom Jespersen**
Aarhus Universitet
Business and Social Sciences
Institut for Økonomi
kjespersen@econ.au.dk

Fremtidens digitale bank



AARHUS UNIVERSITET

Kristina Risom Jespersen,
Associate Professor

Brugernes online aktivitet

Online aktivitet	US	UK	Frankrig	Tyskland	Japan	Syd-Korea
Besøge social sites/ communities	25%	21%	3%	10%	20%	35%
Læser blogs	25%	10%	21%	10%	52%	31%
Kommentere på blogs	14%	4%	19%	4%	20%	21%
Skriver en blog	11%	3%	7%	2%	12%	18%
Ser user-generated video	29%	17%	15%	16%	20%	5%
Uploader user-generated video	8%	4%	2%	2%	3%	4%
Deltager i diskussion fora	18%	12%	11%	15%	22%	7%
Angiver ratings og reviews	11%	5%	3%	8%	11%	11%

Source: Li & Bernoff – Groundswell, HBP, 2008

Plus brugerne twit, udfylder online spørgeskemaer, sender sms og bruger apps.



AARHUS UNIVERSITET

Kristina Risom Jespersen,
Associate Professor

Internet profiler

- **De social teknologiske profiler online:**
 - Definere brugernes online engagement:
 - **Creators:** Publicere, upload, skrive
 - **Critics:** Post, kommentere, bidrage
 - **Collectors:** samler links, laver tags, 'stemmer'
 - **Joiners:** vedligeholder, besøger
 - **Spectators:** læser, ser, lytter
 - **Inaktive**



AARHUS UNIVERSITET

Kristina Risom Jespersen,
Associate Professor

%	US	UK	NL	Sweden
Creators	18	9	17	12
Critics	25	16	17	19
Collectors	12	5	6	27
Joiners	25	21	26	25
Spectators	48	37	41	45
Inactives	44	54	46	42

Kilde: Wikinomics



AARHUS UNIVERSITET

Kristina Risom Jespersen,
Associate Professor

Hvem er brugerne ved innovation?



AARHUS UNIVERSITET

Kristina Risom Jespersen,
Associate Professor

5 bruger typer for innovation

- **Almindelige**
 - First-buyer
 - Anmodende
 - Pioneren
- **Tekniske vidende**
 - Lead users
 - Hobby-eksperter

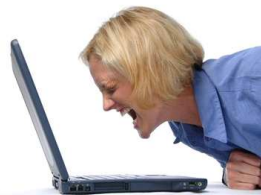


AARHUS UNIVERSITET

Kristina Risom Jespersen,
Associate Professor

Brugertyper

- **First-buyer**
 - Trendsetter.
 - Ikke nødvendigvis tidligere bruger.



- **Den anmodende**
 - Siger sine ønsker højt.
 - Positive som negative.
 - Villig leverandør



- **Pioneren**
 - Anvendelses erfaring
 - Afprøvning af prototyper
 - Ivrig erfaringsdeling



AARHUS UNIVERSITET

Kristina Risom Jespersen,
Associate Professor

Brugertyper

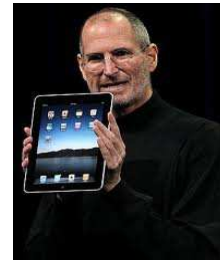
- **Hobby-eksperter**

- Højt vidensniveau.
- Engageret i problemløsning
- Entusiastisk
- Meget detaljerede input



- **Lead-user**

- Innovativ
- Kreativ
- Nye behov
- Nye løsninger
- Designer
- Opfinder

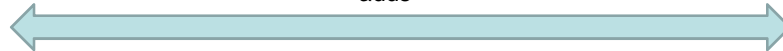


AARHUS UNIVER

Kristina Risom Jespersen,
Associate Professor

Online adfærd og bruger typer

Publish Comment Vote and adds Maintain Read



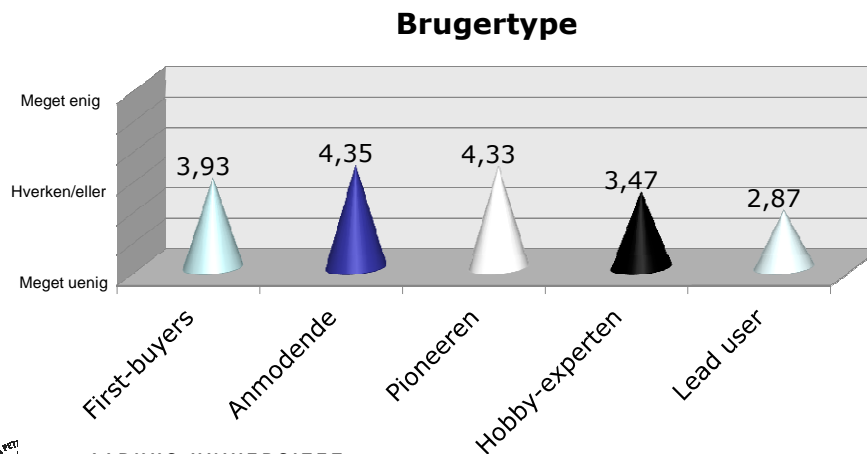
	Creators	Critics	Collectors	Joiners	Spectators
Lead users	X	X			
Hobby eksperter	X	X			
Anmodende			X	X	
Pionerer		X	X	X	
First-buyers					X



AARHUS UNIVERSITET

Kristina Risom Jespersen,
Associate Professor

Involveres disse brugertyper i innovationsprocessen*?



AARHUS UNIVERSITET

*besvaret af 201 danske produktudviklingschefer

Kristina Risom Jespersen,
Associate Professor

Ideel brugerinvolvering

Rolle / Type	Ide	Udvikling	Test	Lancering
	Ressource	Udviklings partner	Aftager	
Lead user	X	X	X	X
Hobby ekspert		X	X	X
Den anmodende	X		(X)	X
Pioneer	(X)		X	X
First-buyer				X



AARHUS UNIVERSITET

Kristina Risom Jespersen,
Associate Professor

Resultater

	Innovationsfase	Brugertype
Strategi:		
- Ressource	+ Test/Lancering	+ Lead users + Anmodende + Pioneerer
- Aftager	+ Test/Lancering	+ Requesting +Pioneering
- Udviklingspartner	+ udvikling	+ Lead users + Hobby-eksperter + Anmodende +First-buyers



AARHUS UNIVERSITET

Kristina Risom Jespersen,
Associate Professor

Udfordringen

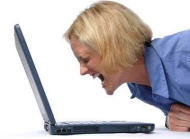
- **Ide generering er ikke stimuleret i den nuværende implementering af involveringsstrategier.**
- **Strategien med brugerne som udviklingspartnere er under pres**
 - De 'forkerte' bruger bliver taget ind i innovationsteamet.



AARHUS UNIVERSITET

Kristina Risom Jespersen,
Associate Professor

Udfordringen med



- **Giver en følelse af høj åbenhed.**
- **Leverer lav grad af innovative input.**
- **Leverer meget tilgængelige inputs.**
- **Involveres rigtig meget.**

Brugerinvolveringen vil være skuffende, da innovation udebliver.



AARHUS UNIVERSITET

Kristina Risom Jespersen,
Associate Professor

Udfordringen med



- **Giver en høj involveringsintensitet.**
- **Den mindst involveret brugertype.**
- **Anvendes kun i lav grad i udviklingsfasen.**

Åbenhed i ide og lancering kan give et falsk indtryk af brugerdreven innovation.



AARHUS UNIVERSITET

Kristina Risom Jespersen,
Associate Professor

Eksempler

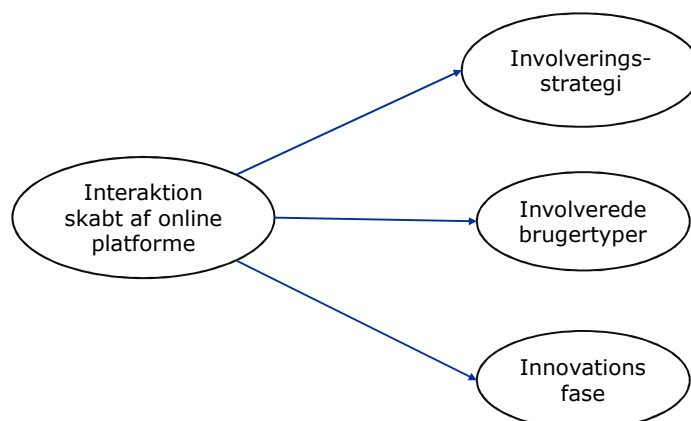
- **På Facebook:**
 - Danske bank
 - Har en ide bank
 - Jyske bank
 - Har TV
 - Nykredit
 - Invitere til dialog på væggen på facebook.
- **Spørgsmål:**
 - Kommunikation eller involvering?
 - Marketing eller innovation?



AARHUS UNIVERSITET

Kristina Risom Jespersen,
Associate Professor

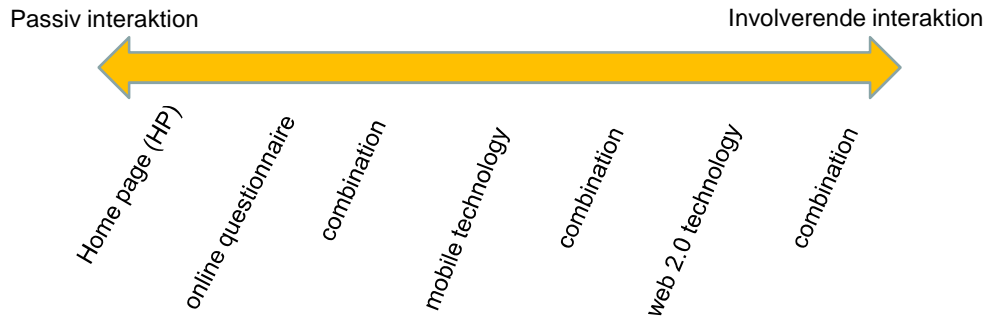
Online platform og involvering



AARHUS UNIVERSITET

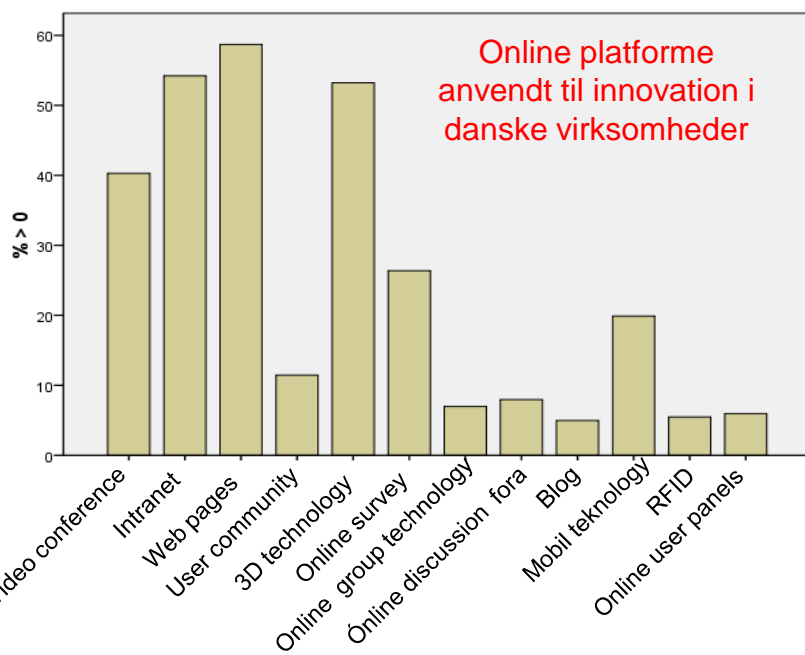
Kristina Risom Jespersen,
Associate Professor

Online platforme og interaktionerne med brugerne



AARHUS UNIVERSITET

Kristina Risom Jespersen,
 Associate Professor



ien,
 sor

Online platforme og brugerinvolvering

Innovationsfase		Brugertyper
Online platforme:		
- Grad af interaktion skabt	+ Alle innovationsfaser	+ Lead users + Hobby-eksperter

Resultater

Innovationsfase		Brugertyper
Online platforme:		
- Grad af interaktion skabt	-	+ Lead users + Hobby eksperter + Pionerer



AARHUS UNIVERSITET

Kristina Risom Jespersen,
Associate Professor

Bruger typer og innovativt output

	<i>Lead users</i>	<i>Launching users</i>	<i>Requesting users</i>	<i>Pioneers</i>	<i>First-buyers</i>
<i>Innovation output</i>					
Technology newness	.029	.128*	.060	.185***	.006
Market newness	-.024	.077	.065	.137*	.067
Product innovativeness	.105	.019	.040	.111	.045



AARHUS UNIVERSITET

Kristina Risom Jespersen,
Associate Professor

Udfordringer for fremtidens digitale bank

- **Forskel mellem innovation og kommunikation**
- **Virksomheder eksperimenterer med online platforme**
 - Strategisk fokus
 - Tidlig udfoldelse af open innovation
 - IT kompetencer
- **Udnyttet potential af pionererne**
 - Deres online adfærd gør dem værdifulde



AARHUS UNIVERSITET

Kristina Risom Jespersen,
Associate Professor

Kan brugerne hjælpe?

- **Kan de 'almindelige' brugere bidrage til innovation?**
 - JA!!
- **Kan involvering af almindelige brugere karakteriseres som brugerdreven innovation (open innovation)?**
 - JA!! Pioneere er lead users i B2C markeder.



AARHUS UNIVERSITET

Kristina Risom Jespersen,
Associate Professor

Tak for jeres opmærksomhed

Kontakt: kjepsersen@econ.au.dk

Referencer:

- Jespersen, K. R. (2011). Online Channels and Innovation: Are users being empowered and involved?. *International Journal of Innovation Management*, 15(6), pp.1-19 Runner up for ISPIM best paper award.
- Jespersen, K. R. (2010). User-involvement and open innovation: The case of decision-maker openness.. *International Journal of Innovation Management*, 14(3), 471-489. ISPIM Best Paper Award winner.



AARHUS UNIVERSITET

Kristina Risom Jespersen,
Associate Professor