

Lehdistötiedote 24.5.2010

## Silja Line jatkaa kuluttajälähtöistä tuotekehitystä uudella Siljan Tuotekehittäjä -sivustolla

**Silja Linen syksyllä 2009 lanseeraama 1000 Tuotekehittäjää -kampanja sai jatkoa, kun uusi, interaktiivinen Siljan Tuotekehittäjä -blogisivusto avattiin toukokuun alussa. Sivustolla Tallink Siljan tuotekehitystiimi kertoo kuluttajälähtöisen tuotekehityksen etenemisestä blogitekstein, ja kuluttajat saavat itse antaa ideoita tiimin käyttöön. Tuotekehittäjä-sivusto on uusi tapa Tallink Siljalle osallistaa kuluttajat osaksi yrityksen tuotekehitystä.**

Silja Line lanseerasi syksyllä 2009 Silja Line -brändille 1000 Tuotekehittäjää -kampanjan, jonka tavoitteena oli saada suomalaiset kuluttajat mukaan Silja Linen risteilyelämyksen ja palvelutuotteen kehittämiseen. Tulosten mukaan 82 prosenttia tuotekehittäjistä oli erittäin tyytyväisiä tai tyytyväisiä Silja Linen risteilyihin. Lisäksi lähes 90 prosenttia aikoo erittäin todennäköisesti tai todennäköisesti käyttää Silja Linen palveluja uudelleen (*Taloustutkimus Oy, 11-2009*).

Nyt kampanja on saanut jatkoa, kun uusi Siljan Tuotekehittäjä -sivusto avattiin toukokuun alussa kaikille kuluttajille. Sivustolla Tallink Siljan tuotekehitystiimi sekä laivahenkilökunta kertovat blogitekstien muodossa, kuinka kuluttajälähtöinen tuotekehitys etenee. Kuluttajat puolestaan voivat palveluun rekisteröitymällä tykätä blogiteksteistä ja jättää omia ideoitaan tuotekehitystiimille. Lisäksi sivustolla esitellään tarkemmin kampanjan tulokset.

- Sivuston tarkoituksena on toimia jatkona tehdyille kuluttajayhteistyölle. Pyrimme sivuston kautta siihen, että asiakkaamme pääsisivät yhä lähemmäksi tuotekehitysprosessiimme sekä antamaan meille entistä helpommin kehitysideoita, palautetta ja ajatuksia siitä, mitä Ruotsin-risteilyt tulevaisuudessa sisältäisivät, kertoo markkinointijohtaja **Maarit Pitkänen**.

1000 Tuotekehittäjä -kampanjaan tuli viime syksynä hakemuksia huikeat 56 671 kpl kolmen viikon aikana. Taloustutkimus Oy:n toimesta hakijoiden joukosta valittiin 1000 kanta-asiakasta, jotka edustivat kattavasti kanta-asiakaskantaa sekä 1000 henkilöä, jotka edustivat kattavasti Suomen väestöä. Silja Line tarjosi tuotekehittäjille risteilyn A-luokan hytissä. Jokaiselle lähetettiin matkan jälkeen kyselylomake, jossa kysyttiin arvioita risteilykokemuksen osa-alueista. Vastajat saattoivat myös kommentoida, ideoita ja antaa omia kehitysehdotuksia.

Tallink Siljan toteuttama kampanja ja uusi tapa toteuttaa käyttäjälähtöistä tuotekehitystä ovat herättäneet kiinnostusta laajasti. 1000 Tuotekehittäjää on mukana case-esimerkkinä Tekesin rahoittamassa Tampereen yliopiston ja VTT:n UseIn (User Involvement In Service Innovations) -tutkimusprojektissa, jossa tutkitaan käyttäjien osallistamista palveluinnovaatioprosessiin. Kampanja on esitelty myös Työ- ja elinkeinoministeriön kysyntä- ja käyttäjälähtöistä innovaatiotoimintaa esittelevällä udi.fi-internetsivuilla.

Siljan Tuotekehittäjä -sivusto löytyy osoitteesta [www.silja.fi/tuotekehittajat](http://www.silja.fi/tuotekehittajat)

**Lisätiedot:**

Tallink Silja Oy, markkinointijohtaja Maarit Pitkänen, puh. +358 40 761 1370,  
[maarit.pitkanen@tallinksilja.com](mailto:maarit.pitkanen@tallinksilja.com).

---

*Tallink Silja Oy on osa AS Tallink Grupp -konsernia, joka on Itämeren alueen johtava matkustajaliikennevarustamo. Tallink Silja Oy liikennöi Suomesta Tallink-brändin alla Helsingistä Tallinnaan ja Saksaan sekä Silja Line -brändin alla Helsingistä ja Turusta Ahvenanmaan kautta Tukholmaan. Tallink Silja Oy toimii Suomessa viidellä paikkakunnalla, Espoossa, Helsingissä, Turussa, Tampereella ja Mikkelissä ja tytäryhtiö Sally Ab Maarianhaminassa. Yritys työllistää maalla noin 500 ja merellä noin 1000 henkilöä. AS Tallink Grupp on listattu Tallinnan pörssissä.*

*[www.tallinksilja.fi](http://www.tallinksilja.fi)*

*[www.tallink.com](http://www.tallink.com)*