

Aalto-yliopisto
Perustieteiden korkeakoulu
Tietotekniikan koulutusohjelma

Sisätilapaikannuksen sovellukset kaupan alalla

Kandidaatintyö

18. maaliskuuta 2016

Ville Ojaniemi

Aalto-yliopisto
Perustieteiden korkeakoulu
Tietotekniikan koulutusohjelma

KANDIDAATINTYÖN
TIIVISTELMÄ

Tekijä:	Ville Ojaniemi
Työn nimi:	Sisätilapaikannuksen sovellukset kaupan alalla
Päiväys:	18. maaliskuuta 2016
Sivumäärä:	22
Pääaine:	Tietotekniikka
Koodi:	SCI3027
Vastuopettaja:	Prof. Juho Rousu
Työn ohjaaja(t):	TkT Sakari Luukkainen (Tietotekniikan laitos)
TODO tiivistelmä	
Avainsanat:	avain, sanoja, niitäkin, tähän, vielä, useampi, vaikkei, niitä, niin, montaa, oikeasti, tarvitse
Kieli:	Suomi

Sisältö

1	Johdanto	4
2	Sisätilapaikannuksen teknologiat	4
2.1	WLAN	5
2.2	Bluetooth Low Energy	6
2.3	RFID	6
2.4	VLC	7
2.5	Liikeanturit	8
2.6	Magneettianturi	9
2.7	Yhteenveto ja tulevaisuus	10
3	Sisätilapaikannuksen sovellukset	13
3.1	Sovellukset yleisesti	13
3.2	Kaupan alan sovellukset	14
3.3	Yhteenveto ja tulevaisuus	16
4	Sisätilapaikannus täsmämarkkinoinnissa	16
4.1	Täsmämarkkinointi	16
4.2	Sovellukset ja vaatimukset	17
4.3	Sisätilapaikannuksen hyödyt markkinoinnissa	18
4.4	Yhteenveto ja tulevaisuus	19
5	Yhteenveto	19
	Lähteet	20

1 Johdanto

Reaaliaikaisesta sijaintitiedosta on tullut tärkeä osa monissa sovelluksissa ja järjestelmissä[1]. Erityisesti mainostajille reaaliaikaisesta sijaintitiedosta on tullut tärkeä väline[2]. GPS tarjoaa ratkaisun tähän ulkotiloissa, mutta sisätiloissa GPS:n riittävä tarkkuus ei ole käytännössä mahdollista, sillä sisätiloissa on useita esteitä kuten seinät, katto ja huonekalut jotka häiritsevät GPS signaalin kulkua. GPS lähettimen ja vastaanottimen välillä pitää olla näköyhteys, jotta luotettava sijaintitieto on mahdollista luoda.[1; 3] Sisätilapaikannuksen on esitetty myös olevan seuraava askel langattomien järjestelmien ja sovelluksien kehityksessä[4]. Sillä on lisäksi monia käytännön sovelluksia, kuten ihmisten kulun seuranta ja tavaroiden sijainnin selvittäminen varastoissa[5]. Sisätilapaikannuksen nousua tukee myös arviot sen markkinaosuudesta. Sisätilapaikannuksen markkinaosuus on arvioitu 36,5 prosentin vuosittaisessa nousussa, nousten vuoden 2014 935,05 miljoonan dollarin osuudesta vuoden 2019 arvioituun 4,42 miljardin dollarin osuuteen[6].

Työn tarkoituksena on tutkia erilaisten teknologioiden soveltuvuutta sisätilapaikannukseen, vertailla niiden vahvuuksia ja heikkouksia sekä tutkia sisätilapaikannuksen sovelluksia. Työssä tehdään myös katsaus näiden tulevaisuuteen ja tavoitteena on selvittää mikä esitetyistä teknologioista olisi vallitseva tulevaisuudessa, vai onko valloilla useita eri teknologioita yhtäaikaan. Tavoitteena on myös arvioida minkälainen sovellus voisi tulla toimimaan ponnahduslautana sisätilapaikannuksen yleistymiseen.

Työn rakenteeseen kuuluu johdantoluku, kolme käsittelylukua sekä yhteenvetoluku. Jokaisessa käsittelyluvussa toistuu sama rakenne. Ensin johdanto aiheeseen ja luvun rakenteen selostus, sitten aiheen käsittely, lopuksi yhteenveto aiheesta ja katsaus tulevaisuuteen. Työn ensimmäisessä luvussa käsitellään erilaiset teknologiat sisätilapaikannuksen toteuttamiseksi. Teknologioita vertaillaan soveltuvien osin toisiinsa ja sen perusteella tehdään arvio niiden tulevaisuudesta. Seuraavassa luvussa käsitellään sisätilapaikannuksen sovelluksia. Ensin yleisesti ja sitten painopiste siirtyy kaupan alan sovelluksiin. Kolmannessa luvussa käsitellään sisätilapaikannuksen täsmämarkkinointi sovelluksia. Viimeisenä lukuna on yhteenveto.

2 Sisätilapaikannuksen teknologiat

Tässä luvussa tarkastellaan erilaisia teknologioita sisätilapaikannuksen toteuttamista varten. Luvussa tarkastellaan jokaisen teknologian hyviä ja huonoja puolia sisätilapaikannuksen näkökulmasta. Lopuksi tarkastelemme millainen tulevaisuus sisätilapaikannus teknologioilla voisi olla, onko tulevaisuus fragmentoitunut teknologioiden osalta, eli onko olemassa useita teknologioita samaan aikaan käytössä vai onko olemassa yksi vallitseva teknologia. Luvun lopussa on vielä yhteenveto luvun aiheesta.

2.1 WLAN

WLAN(Wireless Local Area Network) on selvästi yleisimmin standardin IEEE 802.11 mukainen langaton lähiverkko[5]. WLAN:in kantama on 50 - 100m ja WLAN tukiasemia löytyy nykyään lähes joka puolelta, niin kotitalouksista kuin julkisista tiloistakin.

WLAN paikannus tekniikoita on kahdenlaisia. Toiset perustuvat trilateration menetelmään eli mittaamalla signaalin vahvuutta vähintään kolmeen tunnettuun WLAN tukiasemaan. Toiset perustuvat sormenjälki menetelmään, jossa WLAN signaalin vahvuudesta referenssi pisteissä tehdään tietokanta, siten että signaalien vahvuudet ja referenssipisteen sijainti tallennetaan tietokantaan.[7] Trilateration menetelmä on yksinkertainen. Paikannukseen tarvitaan vähintään kolme tukiasemaa, joihin mitataan etäisyys mittaamalla signaalin vahvuus kuhunkin tukiasemaan ja muuttamalla tämä arvo etäisyydeksi. Kolmen tukiaseman etäisyyden perusteella voidaan määrittää sijainti, kun tukiasemien sijainnit tunnetaan. Sijainnin määrittämiseen voidaan käyttää esimerkiksi pienin neliösumma menetelmää.[7]Tällä menetelmällä voidaan päästä muutaman metrin tarkkuuteen[7] mutta signaalin vahvuus ei aina vastaa suoraan etäisyyttä ympäristön häiriöiden takia ja tarkkuus voi jäädä kymmeniin metreihin [5]. Microsoftin tutkimusryhmän kehittämä RADAR[8] järjestelmä perustuu tähän tekniikkaan ja sillä päästiin muutaman metrin tarkkuuteen 50 prosentin todennäköisyydellä.

Sormenjälki menetelmässä on kaksi vaihetta[7]. Ensin rakennetaan tietokanta, jossa on referenssi pisteissä kuuluvien WLAN tukiasemien signaalivahvuudet. Seuraavassa vaiheessa sijainti selvitetään mittaamalla signaalivahvuudet ja vertaamalla niitä tietokantaan. Tietokantaan voidaan tallentaa signaalivahvuuksien keskiarvo jolloin puhutaan deterministisestä menetelmästä tai signaalivahvuuksista voidaan määrittää todennäköisyysjakauma, jolloin päästään suurempaan tarkkuuteen mutta myös tietokannan koko kasvaa suureksi.[7]

WLAN paikannuksen heikkoutena on signaalin voimakkuuden suuri vaihtelu ympäristön vaikutusten takia[3; 7], muun muassa ihmisen vartalon asento ja suunta, ovet, seinät ja antennien asennot vaikuttavat voimakkuuteen. Erityisesti sormenjälki menetelmän heikkoutena ovat muuttuvat ympäristöt, kuten uudet seinät ja sermit jotka heikentävät WLAN signaalin etenemistä, jolloin tietokantaan täytyy päivittää uudet signaalivahvuus tiedot.

WLAN paikannuksen vahvuuksia ovat sen yleisyys ja nykyisten jo olemassa olevien laitteiden helppo muuntaminen tähän käyttöön[7]. WLAN paikannuksen infrastruktuuri on myöskin jo olemassa monilla julkisilla paikoilla ja siten vähentävät paikannuksen kustannuksia[5; 3].

2.2 Bluetooth Low Energy

Bluetooth Low Energy (BLE) toimii samalla 2.4GHz taajuus alueella ja sen kantama on samaa luokkaa kuin WLAN teknologialla[9; 3]. BLE standardin mukaiset BLE majakat lähettävät lyhyitä viestejä laitteille, joiden avulla nämä laitteet voi signaalin vahvuuden mukaan tunnistaa läheisyyden majakkaan. BLE ominaisuuksiin kuuluu myös pieni virrankulutus, varsinkin verrattuna WLAN teknologiaan[10].

BLE majakoiden avulla paikannus perustuu majakoiden tunnettuihin sijainteihin. Majakat mainostavat omaa tunnistenumeroaan alueella oleville laitteille. Laitteet sitten lähettävät saamansa tiedon palvelimelle, yleensä WLAN:in avulla. Palvelin lähettää laitteelle laitteen sijainnin. Tämänlaista järjestelyä on käytetty artikkelissa[10] puhutussa sairaalassa.

BLE majakoiden avulla, sisätilapaikannus voidaan myös toteuttaa samoin kuin WLAN teknologialla[9]. Trilateration menetelmä ja sormenjälki paikannus menetelmä onnistuvat kumpikin mutta BLE kärsii samoista ongelmista kuin WLAN signaalin vaimentumisen ja heijastumien takia. BLE kärsii myös suuremmasta signaalinvahvuuden vaihteluista kuin samalla taajuualueella toimiva WLAN, johtuen pienemmästä kaistanleveydestä[9]. Tutkimuksessa[9] kuitenkin todetaan, että BLE sormenjälki paikannuksella voidaan saada parempia tuloksia kuin nykyisten kaltaisilla WLAN verkoilla. Tämä kuitenkin vaatii useita mittauksia ja kasvattaa sormenjälkitietokannan kokoa ja on työlästä eikä täten aina kannattavaa. BLE teknologian houkuttelevuus perustuu halpaan hintaan ja BLE laitteiden yleisyyteen ja saatavuuteen. Mikä tahansa BLE tukeva laite voidaan asettaa majakaksi[9]. Käytännössä kaikissa uudemmissa puhelimissa on Bluetooth tuki, joten BLE teknologia on hyvä vaihtoehto sisätilapaikannus sovelluksien kannalta. BLE teknologian etuihin kuuluu myös yksisuuntainen tiedon siirto. Yksisuuntaisella tarkoitetaan sitä, että majakat lähettävät signaalia mutteivät vastaanota ja sijainnin määrittäminen jää laitteen vastuulle. Tällä tavalla ei haluttu seuranta, ei ole mahdollista. Applen kehittämä iBeacon protokolla perustuu BLE teknologiaan[11]. Applen kiinnostuksella BLE teknologiaan on suuri myötävaikutus sen yleistymiseen.

BLE majakoilla sellaisenaan ei saada täydellisen tarkkaa sijaintia, vaan tieto siitä, millä alueella seurattava laite sijaitsee. Monissa sovelluksissa tämä on riittävä tieto ja yhdistettynä pieneen virrankulutukseen ja yleisyyteen, BLE on vartenotettava vaihtoehto sisätilapaikannuksen toteuttamiseksi.

2.3 RFID

RFID(radio taajuinen tunnistus) järjestelmään kuuluu useita komponentteja, mukaan lukien useita RFID lukijoita ja tunnisteita. RFID lukija voi lukea tunnisteidien lähettämää

informaatiota. Tunnisteet voidaan jakaa kahteen kategoriaan, aktiivisiin ja passiivisiin. Passiiviset tunnisteet toimivat ilman virtalähdettä ja saavat tarvittavan energian informaation lähettämiseen lukijalta. Aktiiviset tunnisteet vaativat toimiakseen oman virtalähteen, joka on usein pieni paristo. Niillä on myös suurempi kantama kuin passiivisilla.[12]

Sisätilapaikannus käyttäen RFID teknologiaa voidaan jakaa kahteen sen mukaan ovatko lukijat vai tunnisteet kiinteitä. Kiinteällä tarkoitetaan sitä, että tunnistetai tai lukija on paikoillaan tunnetussa sijainnissa.

Tutkimuksessa [12] on käytetty kiinteitä lukijoita. Tällä tekniikalla seurattavassa kohteessa on tunnistetai ja seurattavalle alueelle on sijoitettu useita lukijoita. Jokainen lukija on asetettu sopivalle tehotasolle siten, että sen kantama tunnetaan. Näin alue jaetaan pieniin osa-alueisiin, jotka voidaan tunnistatai sen perusteella mitkä lukijat pystyvät lukemaan tunnisteen tältä alueelta. Monet asiat vaikuttavat lukiodien kantamiin, siksi virheen mahdollisuus on usein suuri. Samassa tutkimuksessa[12] esiteltiin myös paranneltu tekniikka nimeltä LANDMARC (Location Identification based on Dynamic Active RFID Calibration). Tässä tekniikassa alueella on lukijoidien lisäksi viitetunnisteita tunnetuissa sijainneissa. Niiden avulla saadaan tarkempi tulos kun seurattavan tunnisteen etäisyyttä verrataan viitetunnisteiden tunnettuihin etäisyyksiin. Etäisyys määritetään muuttamalla lukijan tehotasoa ja täten kantamaa.

Toinen tapa on käyttää pelkästään kiinteitä tunnisteita ja lukijan sijainti määritetään niiden perusteella. Näin on tehty muun muassa tässä tutkimuksessa[13]. Tutkimuksessa käytettiin passiivisia tunnisteita lukijan reitin varrella ja sijainti määritettiin mittaamalla tunnisteen takaisin lähettämä teho, joka riippuu pääasiassa lukijan ja tunnisteen välisestä etäisyydestä[13].

RFID teknologiaa hyödyntämällä voidaan päästä erittäin tarkkoihinkin tuloksiin, tutkimuksessa [12] päästiin noin metrin tarkkuuteen ja tutkimuksessa [13] jopa 0.1 metrin tarkkuuteen. RFID teknologian vahvuus on selvästi hyvä tarkkuus, mutta tähän tarkkuuteen pääseminen vaatii paljon mahdollisesti kallista infrastruktuuria. Varsinkin tapauksessa[12], jossa käytetään kiinteitä lukijoita, infrastruktuuri tulisi kalliiksi varsinkin suurilla alueilla. Tutkimuksen[13] mukainen järjestely ei myöskään ole kovinkaan toimiva suurilla alueilla, sillä hyvän tarkkuuden saavuttamiseksi, koko alue tulisi peittää tiheällä tunnistetai verkolla. Vaikka passiiviset tunnisteet ovatkin halpoja[13], tiheän verkon asentaminen ei ole mielekäästä.

2.4 VLC

VLC(Visible Light Communication) eli näkyvän valon kommunikaatiolla tarkoitetaan nimensä mukaisesti tiedonsiirtoa, joka tapahtuu näkyvän valon avulla[14]. Lähettämiseen käytetään useimmiten LED valoja niiden nopeuden, kestävyuden ja energiatehokkuuden

takia. Vastaanottaminen tapahtuu useimmiten puhelimen kameralla.

Tutkimuksessa[14] paikannus on toteutettu jakamalla alue ruudukoksi siten että jokaisen ruudun kulmassa on LED valo. Sijaintitieto välitetään binaarikoodina vastaanottimelle ja häiriöiden välttämiseksi kulmissa olevat LED valot on ajoitettu lähettämään sijaintitietoaan eri aikoihin(TDM, Time Division Multiplexing), jolloin vain yksi kerrallaan lähettää, eivätkä signaalit mene sekaisin. Muina aikoina kuin lähettäessä valo on päällä normaalisti tarjoamassa valaistusta ympäristöönsä. Tarkempi sijainti ruudussa saadaan valojen intensiteetistä. Kaikilla LED valoilla on puoliteho kulma 60° ja valo jakautuu useimmiten ensimmäisen asteen Lambertin kuvion(Lambertian pattern) mukaan. Näillä tiedoilla valon intensiteettiin voidaan muuttaa kulmaksi jossa valo on vastaanottimeen nähden. Kun kulmat ovat selvillä kaikkiin ruudun 4 nurkkaan, voidaan sijainti laskea.[14] Tällä tekniikalla on päästy erittäin tarkkoihin tuloksiin, jopa alle millimetrin tarkkuuteen vähä häiriöisessä ympäristössä ja muutamiin kymmeniin millimetreihin häiriöisessä ympäristössä.

Näkyvän valon kommunikaation etuja ovat hinta, tarkkuus ja energia tehokkuus. LED valot yleistyvät joka puolella joka tapauksessa energiatehokkuutensa ansiosta, joten niiden käyttö sisätilapaikannukseen on selvä etu, kun uutta ja kallista erillistä infrastruktuuria ei tarvita. VLC teknologialla päästään myös selvästi tarkempiin tuloksiin kuin millään edellä mainitulla teknologialla. VLC teknologian ongelmaksi muodostuu vastaanottimen asennon tärkeys. Toimiakseen hyvin vastaanottimen täytyy olla melko tarkasti vaakatasossa, eikä tämä ole kaikissa sovelluksissa mahdollista tai mielekäästä. Lisäksi vastaanottimen ollessa kädessä, ihminen saattaa peittää osan lähettimestä, jolloin tarkkuus kärsii.

2.5 Liikeanturit

Sisätilapaikannus perustuen liikeantureihin poikkeaa oleellisesti kaikista edellä mainituista teknologioista ja tekniikoista. Edellä mainitut teknologiat perustuvat jonkinlaiseen seurattavan laitteen ulkopuoliseen infrastruktuuriin sijainnin selvittämiseksi. Liikeantureista kuten gyroskoopeista, kiihtyvyys antureista ja kompassista koostuva IMU(Inertial Measurement Unit) eli inertiamittaussyksikön toiminta perustuu liikkeen seurantaan. Laitteella täytyy olla yksi tarkka tunnettu sijainti, joka voidaan saada esimerkiksi GPS tai jollain tässä työssä mainitulla teknologialla.[15] Tämän jälkeen IMU alkaa laskea laitteen sijaintia integroimalla nopeuden, kiihtyvyyden ja suunnan muutoksia.

Paikannuksen toiminta edellyttää hyvin tarkkoja mittaustuloksia IMU:lta. Pienetkin virheet kumuloituvat nopeasti useiksi metreiksi ja lopulta kilometreiksi. Monissa uusissa puhelimissa on kaikki tämän teknologian vaatimat anturit mutta niiden tarkkuus on aivan liian heikko toimiakseen. Tutkimuksessa[15] käytetty HG1700 on erittäin tarkka takti-

sen tason IMU jota on käytetty muun muassa ohjuksissa[16]. Tällä järjestelyllä päästiin silti vain kohtuulliseen tarkkuuteen ja virhettä oli enimmillään 5 m 40 minuutin testin aikana[15].

Liikeanturien käyttö sisätilapaikannuksessa on mahdollista mutta hyödyllisiin tuloksiin päästäkseen on käytettävä erittäin tarkkoja ja kalliita laitteita. Tämä ei ole mahdollista kuluttaja sovelluksissa mutta liikeantureita voidaan käyttää sijainnin arvioimiseen, kun muita tekniikoita ei ole hetkellisesti käytössä.

2.6 Magneettianturi

Perinteisesti magneettiantureita on käytetty kompassina maanmagneettikentän suuntaa mittaamalla. Ulkotiloissa tämä toimii hyvin ja kompassi osoittaa pohjoiseen. Sisätiloissa kompassi saattaa osoittaa aivan väärään suuntaan ja tämä suunta voi vaihdella suurestikin. Suomalainen yritys, IndoorAtlas Ltd. on kehittänyt sisätilapaikannus teknologian, joka perustuu juurikin näihin maan magneettikentän epämuodostumiin[17]. Epämuodostumia aiheuttaa pääasiassa rakennusten teräsrakenteet, mutta myös sähköjohdot, putket ja elektroniset laitteet luovat epämuodostumia maan magneettikenttään[18].

IndoorAtlasin kehittämä ja patentoima paikannusteknologia perustuu samanlaiseen sormenjälkitekniikkaan, kuten edellä on esitelty. Alueesta täytyy siis ensin tehdä tietokanta johon tallennetaan referenssipisteiden magneettikentän suunta ja voimakkuus[17]. Tämän jälkeen paikannus tapahtuu vertailemalla jonkin pisteen magneettikentän voimakkuutta ja suuntaa tietokantaan tallennettuihin pisteisiin. Ensimmäisen sijainnin löytäminen vaatii laitteen liikkumista, jotta saadaan selville usampi kuin yksi piste[17]. Tämä johtuu siitä, että monessa pisteessä voi olla samankaltainen magneetti kenttä, mutta liikuttaessa selvitetään usean vierekkäisen pisteen magneettikenttä jolloin paikannus voidaan toteuttaa paremmalla varmuudella. IndoorAtlas lupaa teknologialle 1-2 metrin tarkkuutta[17], mutta tutkimuksessa[18] on päästy jopa desimetrien tarkkuuteen.

Tämän teknologian selviä vahvuuksia on toiminta ilman erillistä infrastruktuuria, maan magneettikentän esiintyminen joka puolella maailmaa ja sen vakaus[18]. Teknologia kärsii kuitenkin sijaintitiedon vähydestä, sillä tietokannan tekemiseen saatetaan esimerkiksi käyttää vain magneettikentän suuntaa jos mittava laite ei esimerkiksi pysty antamaan tarkempaa tietoa[18]. Tällöin tietokannassa on paljon samanlaisia sijainti ja magneettikenttä pareja jolloin oikean sijainnin löytäminen on haasteellista. Lisäksi teknologia kärsii samasta ongelmasta, kuin kaikki muutkin sormenjälkimenetelmään perustuvat teknologiat. Ympäristön muuttuessa, esimerkiksi kaupassa hyllyjen paikkaa vaihdetaan, tietokanta joudutaan päivittämään muuttuneen ympäristön osalta. Jos muutoksia tapahtuu usein, tietokannan päivittäminen ilman automaatioita on työlästä.

2.7 Yhteenveto ja tulevaisuus

Tällä hetkellä ei ole olemassa yhtä standardi sisätilapaikannus teknologiaa, kuten voi jo tämän luvun sisällöstäkin päätellä. Yksi tämän työn tavoitteista on tehdä arvio sisätilapaikannus teknologioiden tulevaisuudesta, eli mikä tai mitkä teknologiat yleistyvät ja onko tulevaisuudessa käytössä rinnakkaisesti useita teknologioita rinnakkain vai onko valloilla vain yksi teknologia jota käytetään kaikissa sisätilapaikannus sovelluksissa. Tämän alaluvun tarkoitus on vetää yhteen luvussa käsitellyt teknologiat ja niiden vertailun perusteella tehdä arvio tulevaisuudesta sisätilapaikannuksen tekniikoiden osalta.

Seuraavassa taulukossa on tässä luvussa esitelty teknologiat ja niiden ominaisuuksia. Taulukossa on vertailtu jokaisen teknologian tarkkuutta, tarvittavan infrastruktuurin määrää ja herkkyyttä erilaisille häiriöille. Nämä tekijät ovat valittu vertailtavaksi sen perusteella, että nämä ovat kriittisiä tekijöitä teknologian yleistymiselle ja käytännöllisyydelle. Tämän jälkeen avaamme taulukkoa tarkemmin ja teemme arvion sisätilapaikannuksen teknologioiden tulevaisuudesta.

Teknologia	tarkkuus	infrastruktuuri	häiriö herkkyys
WLAN	hyvä	olemassa	kohtuullinen
RFID	erinomainen	suuri	pieni
VLC	erinomainen	olemassa	suuri
BLE	hyvä	suuri	kohtuullinen
Liikeanturit	heikko	ei tarvitse	erittäin suuri
Magneettianturi	hyvä	ei tarvitse	pieni

WLAN teknologialla etenkin sormenjälki menetelmää käyttämällä saadaan hyvä tarkkuus ja tarvittava infrastruktuuri on käytännössä jo olemassa, sillä WLAN tukiasemia löytyy lähes kaikista julkisista tiloista. Joissain tiloissa tukiasemien määrää voidaan kuitenkin joutua lisäämään tarpeeksi kattavan WLAN verkon toteuttamiseksi. WLAN teknologia on kohtuullinen häiriö herkkydeltään, sillä monet asiat, kuten huonekalut, seinät ja jopa ihmiset muuttavat signaalien vahvuuksia ja kulkua. Sormenjälkimenetelmän heikkous on muuttuvat ympäristöt, jolloin sormenjälki tietokannat täytyy päivittää aina uudelleen ympäristön muuttuessa. Monissa tiloissa, kuitenkin muutokset ovat harvinaisia tai niin vähäisiä, ettei tästä ole suurta haittaa. Ihmisten paikannukseen paras vaihtoehto on ihmisten puhelinten paikantaminen, sillä käytännössä kaikilla on sellainen aina mukana. WLAN on tämän takia erityisen hyvä vaihtoehto ihmisten puhelinten paikantamiseen, sillä kaikki nykyaikaiset puhelimet tukevat WLAN teknologiaa.

RFID teknologialla saadaan erittäin suuri tarkkuus jos tunniste verkko on tarpeeksi tiheä. Teknologia vaatii siis suurta infrastruktuuria, mutta sillä saadaan hyviä tuloksia pienillä häiriöillä, ja se onkin omiaan muun muassa varasto sovelluksissa tavaroiden pai-

kantamiseen. RFID onkin varmasti paras vaihtoehto esitellyistä teknologioista tavaroiden paikantamiseen, sillä seurattavana oleviin tavaroihin voidaan laittaa passiivinen RFID tunniste, jota voidaan seurata, kuten aikaisemmin on esitetty. Passiiviset tunnisteet ovat erittäin hyvä vaihtoehto tähän, sillä ne eivät tarvitse virtalähdettä toimiakseen ja ne ovat halpoja ja kooltaan hyvinkin pieniä[13].

VLC eli näkyvän valon kommunikaatiolla saadaan erittäin hyvä tarkkuus, eikä se vaadi sen ihmeellisempää infrastruktuuria kuin led valaisimet. Ongelmaksi muodostuu vastaanottimen asennon tärkeys. Vastaanottimen täytyy olla melko tarkasti vaakatasossa tarkkuuden saavuttamiseksi. Myös varjot, joita muodostuu esimerkiksi ihmisen kehosta, pienentävät tarkkuutta. VLC teknologia vaatii toimiakseen hyvän valaistuksen ja olisi sen puolesta hyvä vaihtoehto tiloissa, kuten kaupoissa, joissa valaistus on muutenkin oleellinen asia ja käytännössä kaikilla asiakkaila on olemassa laite joka kykenee VLC teknologiaan. Tiloissa joissa valaistus ei ole yhtä oleellinen, kuten varastoissa, tarpeeksi kattavan määrän valaisimia asentaminen on epämielekästä. Kaikissa tilanteissa ei myöskään ole mahdollista saada seurattaviin asioihin laitetta joka kykenisi tukemaan VLC teknologiaa, tässäkin hyvä esimerkki on varasto jossa seurattavana on tavarat. Jokaiseen tavaraan ei ole mahdollista asentaa VLC vastaanotinta.

BLE eli Bluetooth Low Energy majakoilla saadaan karkea sijainti, mutta käyttämällä sormenjälki menetelmää samoin kuin WLAN teknologialla, päästään hyvään tarkkuuteen. Tarkkuuden saavuttamiseksi BLE majakoita pitäisi olla asennettuna melko tiheäksi verkoksi. BLE teknologia kärsii samoista ongelmista WLAN teknologian kanssa signaalien vaimenemisen osalta, sillä pohjimmiltaan on kyse samoista 2.4 GHz radiotaajuuksista. BLE on myös hyvä vaihtoehto ihmisten, eli ihmisten puhelimien paikantamiseen, sillä lähes kaikki puhelimet tukevat myös sitä. Bluetooth majakoita ei ole valmiiksi olemassa ja tarpeeksi kattavan infrastruktuurin rakentaminen on työlästä ja kallista, eikä niillä olisi muuta tarkoitusta kuin paikannus, toisin kuin WLAN tukiasemat jotka toimivat edelleen langattoman internetyhteyden luomiseen. Toisaalta Applen kiinnostus BLE majakoihin on suuri tekijä ja varmasti edesauttaa niiden yleistymistä.

Liikeantureilla määritetty sijainnin tarkkuus on parhaimmillaankin heikko, sillä pienetkin virheet kumuloituvat nopeasti suuriksi. Puhelimien liikeantureillakin peritaatteessa voidaan saada sijainti, mutta sen tarkkuus on niin huono, että siitä ei ole juuri mitään hyötyä. Etuna on toiminta ilman erillistä infrastruktuuria.

Magneettianturi teknologian vahvuus on sen toiminta ilman erillistä infrastruktuuria jolloin se toimii kaikkialla. Magneettianturi teknologialla onglemana voi olla magneettikenttän yksinkertaisuus. Yksinkertaisuudella tarkoitetaan sitä, että magneettikenttä on liian homogeeninen, eikä monen pisteen magneettikentät eroa toisistaan tarpeeksi jotta saataisiin luotettava sijaintitieto. Sisätiloissa on kuitenkin usein paljon tekijöitä jotka muokkaavat magneettikenttän tarpeeksi monimuotoiseksi, jolloin sormenjälki menetelmää käyttä-

mällämaan magneettikentän voimakkuudesta ja suunnasta päästään hyvään tarkkuuteen ilman erillistä infrastruktuuria, sillä maan magneettikenttä löytyy joka puolelta. Magneettikenttä on myös melko muuttumaton ja ihmiset eivät vaikuta siihen joten häiriöt jäävät pieniksi.

Mikä näistä sitten tulee yleistymään vai yleistyykö näistä useampi? Yhden teknologian tulevaisuutta puoltaa se, että kun ensimmäinen läpimurto sovellus luodaan, sen suosion myötä myös sen käyttämä teknologia lisää näkyvyyttään ja suositaan. Näin ollen sisätilapaikannus sovelluksia luovat tahot todennäköisimmin tulevat käyttämään tätä teknologiaa, ja syntyneellä kiertellä kyseisen teknologian suosio kasvaa edelleen. Suosion myötä myös tämän teknologian kehityksen ja infrastruktuurin määrä ja laatu kasvaa. Toisaalta monen teknologian tulevaisuutta puoltaa se, että eri tiloissa ja sovelluksissa toimii parhaiten eri teknologiat. Eri tiloissa erilaiset infrastruktuurit ovat parhaimmillaan, monissa tiloissa on jo oleamassa elementtejä joita voidaan käyttää sisätilapaikannukseen, kuten led valaisimet ja WLAN tukiasemat. Näistä syistä johtuen paras ratkaisu on luultavasti jonkinlainen hybridi, kahdesta tai useammasta teknologiasta. Näin olisi käytössä yksi hybriditeknologia ja yhden käytössä olevan teknologian edut saavutetaan mutta samalla myös useamman teknologian parhaat puolet saadaan yhdistettyä. Hybriditeknologiassa toisen teknologian heikkouksia voidaan paikata toisen vahvuuksilla.

Kun kaikki tämä laitetaan yhteen, voidaan tehdä arvio tulevaisuuden teknologia tilanteesta, perustuen edellä mainittuihin ominaisuuksiin ja niiden vertailuun. Tulevaisuudessa sisätilapaikannukseen käytetyt teknologiat jakautuvat kahteen, tavaroiden paikannukseen käytetään RFID teknologiaa ja ihmisten paikannukseen tullaan käyttämään WLAN ja magneettianturi teknologioiden hybridiä. Tällä tavoin käyttämällä sormenjälkipaikannusta ottamalla huomioon WLAN signaalit sekä maan magneettikenttä saadaan tarpeeksi informaatiota sijainnin luotettavaan paikantamiseen. Nämä vaihtoehdot ovat myös esitetyistä teknologioista kustannuksiltaan ja käytännöllisyydeltään houkuttelevimmat. Kustannuksiltaan esitetty hybridi on houkutteleva, sillä WLAN tukiasemat eivät ole kalliita ja magneettianturi paikannus ei tuo erikseen kustannuksia. Hybridi on myös käytännöllinen juurikin infrastruktuurin takia. WLAN infrastruktuuri on jo monissa paikoissa olemassa ja tarjoaa paikannuksen lisäksi langattoman internetyhteyden mikä on hyvä lisä, sovellusten ja palveluiden nojautuessa yhä enemmän pilvipalveluihin. Magneettianturi teknologia taas ei vaadi infrastruktuuria ollenkaan. Sormenjälki tekniikka puoltaa sen toiminta ilman häiriöttömiä signaaleja. Sisätiloissa signaaleihin syntyy paljon häiriöitä ja heijastumia, mikä vaikeuttaa muun muassa trilateraatio perusteista paikannusta, jossa mitataan signaalin kulku-aikaa. Sormenjälki tekniikka taas hyötyy juuri näistä väistämättömistä signaalien epämuodostumista, sillä näin sijainneille saadaan yksilöllinen signaalin kuva. RFID on esitetyistä teknologioista sopivin tavaroiden paikannukseen, sillä passiiviset RFID tunnistet ovat pieniä, halpoja eivätkä tarvitse virtalähdettä, minkä takia niitä

voidaan laittaa lähes kaikkiin tuotteisiin.

Tässä luvussa on käsitelty teknologioita ja tekniikoita sisätilapaikannuksen toteuttamiseksi. Tästä on hyvä jatkaa seuraavassa luvussa sillä, mitä näillä voidaan sitten tehdä. Käsittelemme siis sisätilapaikannuksen sovelluksia.

3 Sisätilapaikannuksen sovellukset

Tässä luvussa käsitellään sisätilapaikannuksen sovelluksia. Alkuun käsitellään sovelluksia yleisesti ja sen jälkeen siirrämme painopisteen kaupan alan sovelluksiin. Lopuksi teemme katsauksen tulevaisuuteen sisätilapaikannuksen sovelluksien osalta ja esitämme arvioita minkä tyyppisellä sovelluksella tehdään läpimurto ja sisätilapaikannuksen sovellukset alkavat yleistyä.

3.1 Sovellukset yleisesti

Sisätilapaikannuksella on monia sovelluksia ja monet nykyiset sovellukset ja järjestelmät hyötyisivät mahdollisuudesta tietää itsensä tai käyttäjänsä sijainti. Yleisesti sisätilapaikannus yhdistetään vain sisätila navigointiin mutta sisätilapaikannus tarjoaa paljon muitakin mahdollisuuksia. Seuraavassa esimerkkejä sisätilapaikannuksen sovelluksista.

Varastot

Tavaroiden sijainnin ja lukumäärän selvittäminen. Tällä tavalla voidaan pitää pienempiä varastoja kun tiedetään varaston saldot tarkalleen reaaliaikaisesti, eikä inventaarioita tarvitse tehdä käsin, mikä säästää aikaa ja täten rahaai. Voidaan käyttää myös optimaalisen reitin löytämiseen useaa tavaraa haettaessa. Varaston automatisointi on myös mahdollista sisätilapaikannuksen avulla.

Sairaalat

Äkillisissä tilanteissa lääkärin tai muun sairaala henkilökunnan löytäminen nopeasti[10] tai automaattisesti lähimmän hoitajan hälyttäminen paikalle. Myös potilaiden paikannus on tärkeä sovellus varsinkin vakavasti sairaiden potilaiden kohdalla.

Robotit

Navigointi kyky sisätiloissa. Lisää työturvallisuutta teollisuuden koneiden läheisyydessä ja parantaa sisätiloissa liikkuvien koneiden toimintakykyä.[19]

Kampus

Luentosalin löytäminen, hyödyllinen etenkin uusille opiskelijoille ja vieraileville luennoitsijoille [20].

Museo

Edessä olevan taideteoksen esittely esimerkiksi puhelimeen. Mahdollisesti käyttäjää kiinnostavien teoksien luokse ohjaaminen. Museolle arvokasta tietoa asiakkaiden kulkureiteistä palveluiden parantamiseksi.

Parkkihallit

Vapaan paikan löytäminen tai oman auton löytäminen[19].

Edellä mainittujen sovelluksien lisäksi on olemassa tietenkin monia muitakin sovelluksia. Tässä työssä tarkastelemme tarkemmin kaupan alan sovelluksia. Niitä käsittelemme seuraavassa alaluvussa.

3.2 Kaupan alan sovellukset

Sisätilapaikannuksen sovellukset kaupan alalla voidaan jakaa kolmeen käyttötarkoituksen perusteella: kuluttajasovellukset, sovellukset kaupalle ja markkinoinin ja mainonnan sovellukset.

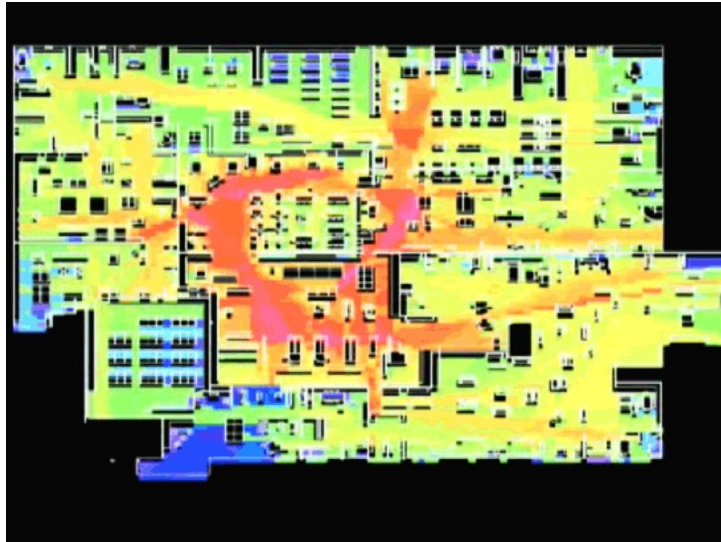
Kuluttajasovelluksilla tarkoitetaan sovelluksia, jotka ovat suunniteltu palvelemaan kuluttajan tarpeita ja toiveita. Tällaisia sovelluksia ovat esimerkiksi navigointi sovellukset. Nämä ovat hyödyllisiä varsinkin suurissa kaupoissa ja ostoskeskuksissa. Kauppakeskus navigaattori sovelluksen avulla käyttäjä löytää etsimänsä kaupan hakemalla tuotteen, tuoteryhmän, palvelun tai jonkin muun kiinnostavan kohteen nimen avulla. Navigaattori voi myös viedä tarkalleen oikean hyllyn kohdalle josta kyseinen tuote löytyy. Näin myös on mahdollista antaa navigaattorille ostoslista ja navigaattori laskee helpoimman reitin kaikkien tuotteiden löytämiseksi. Helpoin reitti ei toisaalta ole kaupan kannalta välttämättä paras reitti, sillä silloin heräteostokset jäävät vähemmälle, kun kaupassa ei tarvitse niin paljon kiertellä ja etsiä. Tämän takia kaupat itse tuskin tarjoavat tämän tyyppisiä sovelluksia, vaan ne tulevat joltain kolmannelta osapuolelta. Kaupat voisivat toki määrittää parhaan reitin siten, että se kulkee mahdollisimman monen tarjous tuotteen ohi, jolloin myös heräteostoksia tapahtuu todennäköisesti enemmän. Näiden tyylliset navigointi sovellukset ovat hyödyllisiä erityisesti suurissa ostoskeskuksissa ja sellaisissa kaupoissa jotka eivät ole tuttuja käyttäjälle, etenkin ulkomailla joissa kyltit eivät aina helpota tavaroiden löytymistä.

Toinen kuluttajasovellus, joka toimii parhaiten vastakkaisessa tilanteessa kuin edellinen liittyy ns. sosiaalisiin sovelluksiin. Edellinen esitelty navigaattori sovellus on hyödyllisimmillään oudoissa paikoissa, joissa ohjaus voi helpottaa hyvinkin paljon asioimista. Tässä esitelty sovellus on taas parhaimmillaan omalla kotiseudulla tutussa ympäristössä. Sisätilapaikannus mahdollistaa sovelluksen jossa käyttäjä voi katsoa ketkä hänen ystävistään ovat hänen kanssaan samaan aikaan paikalla esimerkiksi samassa ostoskeskuksessa ja so-

vellus voi ohjata heidän luokseen. Tällä sovelluksella on myös hyötyä markkinoinnissa ja mainonnassa, josta lisää luvussa 4. Tämänlainen sovellus voi helpottaa myös vanhempien elämää, kun voivat tarkistaa mihin heidän hetki sitten vielä vieressä ollut lapsensa on karannut. Tämänlaisissa tilanteissa sovellus on hyödyllisimmillään etenkin kaikista ruuhkaisimpina aikoina.

Kolmas sovellus sisätilapaikannuksen kaupan alan kuluttajasovelluksissa on nopeimman kassajonon valitseminen ja arvioidun jonotus ajan määrittäminen. Tämä sovellus vaatii jo hieman enemmän infrastruktuuria kuin edellä mainitut joissa riittää pelkkä puhelin. Tämän sovelluksen voisi toteuttaa siten että, ostoskärryissä ja koreissa voisi olla RFID lukijat jotka lukevat tuotteissa olevia RFID tunnisteita ja määrittää siten kuinka monta tuotetta asiakkaalla on, toinen tapa olisi viivakoodin lukija jolle tuotetta näytetään aina kun se laitetaan kärryyn. Kumpikin on toki hieman haasteellinen varsinkin ostoskorien osalta joissa ei voi olla kovin suurta virtalähdettä siten että korista ei tule painava. Kolmas tapa voisi olla tutkia asiakkaiden(kärryjen tai korien) liikettä. Asiakkaan pysähtyessä hyllyn kohdalla ja hyllystä tuotteen kadotessa voidaan olettaa, että asiakas on ottanut sen. Tässä tavassa on myös omat heikkoutensa. Jos vierekkäin on monta asiakasta on vaikea arvata mille asiakkaalle mikäkin tuote on mennyt tai jos asiakas jättääkin tuotteen jonnekin sille kuulumattomalle paikalle tuoteiden määrän arviointi on vaikeaa. Tällä tavalla voidaan kuitenkin saada arvio tuotteiden määrästä ja se on käytännöllisempi toteuttaa, kuin edellä mainitut tavat. Kun tiedossa on asiakkailla olevat tuotteet ja heidän sijaintinsa voidaan arvioida kuinka kauan niiden lastaaminen kassalle, maksaminen ja purku kestää.

Edellä mainitut sovellukset ovat olleet kuluttajasovelluksia. Seuraavaksi käsitellään sovelluksia joita käytetään kaupoissa mittaamaan asiakkaiden käyttäytymistä ja siten parantaa kaupan järjestelyitä vastaamaan ja muokkaamaan tätä käytöstä. Kaupat ovat nykyään kiinnostuneita siitä kuinka asiakkaat liikkuvat kaupan tiloissa, eikä vain siitä mitä he ostavat[21]. Sisätilapaikannus tarjoaa tämän teidon keräämiseksi sopivia teknologioita. Sisätilapaikannuksella voidaan seurata asiakkaiden liikkeitä kaupassa, ja näistä liikkeistä voidaan muodostaa lämpökartta. Lämpökartoissa alue on värjätty sitä punaisemmaksi, mitä enemmän sillä kohdalla on ollut liikettä. Siniset alueet ovat alueita joissa ei ole käynyt juuri kukaan. Näin lämpökartoista nähdään missä asiakkaat liikkuvat eniten tutkimalla kartan väritystä. Tämän tiedon pohjalta kaupat voivat järjestellä suositut ja epäsuositut ja halvat ja kalliit tuotteet optimaalisesti[21]. Kuvassa 1 nähdään, että käytännössä kaikki Ikeassa käyneet kulkivat pääkäytävää, joten sen varrelle on hyvä sijoittaa esimerkiksi sopivia tavaroita heräteostoksiksi. Lämpökartoista voidaan myös selvittää mitkä tuotteet ovat olleet kiinnostavia, mutta niitä ei ole kuitenkaan ostettu. Tämä onnistuu siten, että tutkitaan tuotteen sijaintia lämpökartalla ja samalla tutkitaan tuotteen myyntiä. Tuotteet jotka ovat lämpökartalla punaisella alueella mutta niiden myynti on



Kuva 1: Lämpökartta Ikea tavaratalossa käyneiden asiakkaiden kulkureiteistä[22]

kuitenkin huonoa, saattavat olla liian kalliita asiakkaiden näkökulmasta ja niiden hinnoittelua voisi olla syytä harkita uudelleen.

Kolmas sisätilapaikannuksen kaupan alan sovellusten ryhmä on markkinointi ja mainonta. Tätä aihetta käsitellään seuraavassa luvussa.

3.3 Yhteenveto ja tulevaisuus

4 Sisätilapaikannus täsmämarkkinoinnissa

Tässä luvussa käsitellään sisätilapaikannusta täsmämarkkinoinnissa. Täsmämarkkinointi on erityisen kiinnostava aihe sisätilapaikannuksessa kiinnostavien sovelluksiensa ja niiden moninaisten hyötyjen puolesta mutta myös niiden tuloksien puolesta. BIA/Kelsey[23] lehdistötiedotteessa on esitetty, että sijaintiin perustuvalla markkinoinnilla tuottivat 6.8 miljardia dollaria Yhdysvalloissa vuonna 2015 ja että ne tulevat nousemaan 18.2 miljardiin vuoteen 2019 mennessä. Luvussa käsitellään aluksi täsmämarkkinointia yleisesti ja mitä keinoja siihen tähän mennessä on ollut käytössä. Seuraavana vaatimukset, eli mitä teknologioilta vaaditaan täsmämarkkinoinnin onnistumiseksi. Seuraavana sisätilapaikannuksen hyödyt täsmämarkkinoinnissa ja lopuksi aiheen tulevaisuus.

4.1 Täsmämarkkinointi

Täsmämarkkinointi on mainonnan kohdentamista henkilökohtaiselle tasolle. Jokaiselle täsmämarkkinoinnin kohteena olevalle räätälöidään omat mainokset. Täsmämarkkinoinnin määrä kasvaa perinteisten mainoksien tehon heiketessä mainoksien ja mainonta kana-

vien lisääntyessä[24]. Kilpailu kuluttajan huomiosta kiihtyy ja markkinoinnin vaikutuksen lisäämiseksi kehitellään uusia menetelmiä.

Täsmämarkkinoinnilla voidaan mainostaa ja olla mainostamatta tietynlaisia tuotteita tietynlaisille ihmisille. Esimerkiksi kissan omistajalle ei kannata mainostaa koiran ruokaa ja toisin päin[24], tämä mainostila kannattaa käyttää sellaisiin mainoksiin, jotka todennäköisesti johtavat tuotteen ostoon. Sisätilapaikannus tuo tilanteeseen uuden asean, nimittäin markkinoinnin tapahtumisen oikeaan aikaan ja oikeassa paikassa.

Tällä hetkellä täsmämarkkinointi on vahvimmin käytössä internetissä, jossa tiedonkeruu on helppoa. Asiakkaista voidaan kerätä tietoja kuten millä sivuilla on käyty, mitä tuotteita on katsottu ja kuinka kauan tuotetta on katsottu. Näiden tietojen perusteella voidaan arvioida mitkä tuotteet voisivat kiinnostaa kyseistä asiakasta. Asiakkaita voidaan seurata IP osoitteen tai käyttäjätunnuksen avulla. Toinen tällä hetkellä käytössä oleva menetelmä on kohdentaa mainostus erilaisille ihmisryhmille heitä kiinnostavalla tavalla. Esimerkiksi opiskelijoille voidaan tarjota opiskelija alennuksia erilaisista tuotteista ja palveluista. Esimerkiksi Siwa tarjoaa opiskelijoille alennuksia kaikista ruokaostoksista[25] ja näin houkuttelee opiskelijoita käymään Siwassa kilpailijoidensa sijasta.

4.2 Sovellukset ja vaatimukset

Monissa sisätilapaikannuksen täsmämarkkinointi sovelluksissa riittää tieto, onko asiakas kaupassa tai kauppakeskuksessa vai ei. Tähän riittää heikkokin tarkkuus. Kaikki luvussa 1 esitetyt teknologiat käyvät tähän oikein hyvin lukuunottamatta liikeantureita. Liikeanturit olisivat tässä tapauksessa lähes välttämättömästi puhelimen liikeantureita joilla ei saada tarpeeksi hyvää tarkkuutta edes tällaiseen sovellukseen. Tällaisia sovelluksia voisi olla esimerkiksi ravintoloiden jakelemat tarjoukset tai uuden liikkeen avajais ilmoitukset.

Alaluvussa 3.2 puhuttiin sovelluksesta jolla kaverit voivat löytää toisensa kauppakeskuksessa. Tähän voidaan yhdistää täsmämarkkinointi siten, että esimerkiksi neljän hengen kaveriporukalle lähetetään tarjous juuri neljälle hengelle viereisestä kahvilasta. Vaikka kaveriporukan ei aikaisemmin ollut tarkoitus jäädä kahville, tällaiset räätälöidyt tarjoukset houkuttelevat heitä jäämään. Tämä ei ole mahdollista ilman sisätilapaikannusta, sillä toimiakseen hyvin, se vaatii tarjouksen tulemista oikeaan aikaan oikeassa paikassa. Kotiin tuleva munkki kahvi tarjous neljälle hengelle ei tehoa läheskään yhtä hyvin, kuin kahvilan vieressä tapaavalle kaveri porukalle. Tähän tarvitaan jo kymmenen metrin luokkaa olevaa tarkkuutta.

Suurinta tarkkuutta vaaditaan täsmämarkkinointi sovelluksissa joissa markkinoidaan yksittäisiä tuotteita. Tämän tyyppisissä sovelluksissa tarkkuuden tulee olla korkea, sillä mitä lähempänä asiakas on tarjouksen tuotteita, sitä todennäköisemmin hän niihin tarttuu. Siksi tarkkuuden tulee olla korkeintaan metrin luokkaa. Kauppojen hyllyjen välissä

suurempi virhe voi siirtää sijainnin viereiselle käytävälle, mikä suorana etäisyytenä on lähellä, mutta sinne päästäkseen täytyy usein kiertää kaukaa.

Suurimmassa osassa tapauksista paikannukseen käytetään puhelimen antureita ja muita ominaisuuksia. Tämä tuo omat haasteet sillä paikannuksen onnistumiseksi puhelimissa täytyy olla paikannus ominaisuus kytkettynä päälle, eikä asiakkaat välttämättä aina muista, jaksaa tai halua kytkeä paikannusta päälle. Tähän ratkaisuksi voisi toimia myös luvussa 3.2 käsitelty tekniikka jossa seurataankin kaupan ostoskärryjä ja koreja. Tässä ongelmana on kuitenkin asiakkaiden tunnistaminen. Kärryn sijainnin määrittäminen onnistuu helposti mutta kärryn kuljettajan määrittäminen on mahdotonta ilman minkäänlaista tunnistautumista. Täsmämarkkinoinnin onnistumiseksi tarvitaan nimenomaan tieto *kuka* kulkee milloin missäkin, jotta voidaan tarjota personoitua sisältöä. Siksi kannattaakin kannustaa asiakkaita kytkemään paikannus päälle. Tämä onkin täsmämarkkinoinnin vahvuus, sillä sallimalla täsmämarkkinointi asiakas hyötyy siitä itse. Käsitlemme hyötyjä asiakkaalle ja mainostajalle seuraavassa alaluvussa.

4.3 Sisätilapaikannuksen hyödyt markkinoinnissa

Täsmämarkkinointi on hyödyksi kaikille osapuolille, kuluttajat saavat tietoa juuri heitä kiinnostavista tuotteista ja mainostajat parempaa tuottoa kuin perinteisestä mainonnasta.

Kuluttajat saavat tietoa heitä kiinnostavista tuotteista, jolloin he saavat mitä haluavat ja ovat tyytyväisiä. Lisäksi kuluttajien ei tarvitse nähdä mainoksia jotka eivät kiinnosta. Tämä vähentää ärsyyntymistä mainoksiin, mikä parantaa mielikuvaa mainostajasta ja mainoksista. Kuitenkin suurin hyöty kuluttajan näkökulmasta ovat varmasti tarjoukset ja etukuponkit joilla heitä huokutellaan ostamaan jokin tuote tai käyttämään jotain palvelua. Tarjouksien kohdistuminen juuri heitä kiinnostaviin tuotteisiin tekee niistä erityisen kiinnostavia ja hyödyllisiä.

Kaupat keräävät nyt jo tietoa siitä mitä kukin asiakas on ostanut. Sisätilapaikannuksen avulla nämä tiedot saadaan hyötykäyttöön reaaliaikaisesti jo kaupassa. Mainostajan ei kannata tuhlaa aikaa ja resursseja näyttämällä kuluttajille sellaisia mainoksia jotka eivät heitä varmasti kiinnosta, sillä ne eivät johda tuotteen ostoon. Mainokset, jotka kiinnostavat kuluttajia taas johtavat paljon todennäköisemmin tuotteen ostoon. Tutkimuksessa[26] onkin todettu että täsmämarkkinoinnilla saadaan keskimäärin 2.7 kertaiset tuotot jokaisesta mainosta kohden. Reaaliajassa reagoiva markkinointi auttaa tasaamaan kuormitusta ja optimoi toiminnan volyyymiä[24]. Jos ravintolassa on esimerkiksi hiljaista, kannattaa sen mainostaa ruokalistaansa lähistöllä oleville potentiaalisille asiakkaille. Sisätilapaikannuksella voidaan seuloa asiakkaista sellaiset jotka ovat olleet liikkeellä jo pitkään ja ovat todennäköisesti nälkäisiä. Myös allergiat on helppo ottaa huomioon, jolloin tietyt ruoat ei-

vät näy listassa lainkaan[24]. Mainontaa voidaan vähentää kun ravintola on täynnä, jotta vältetään jonottamiseen ärsyntyneiltä asiakkailta. Kauppa voi houkutella ohikäveleviä asiakkaita sisään vaihtamalla ikkunassa näkyviä tarjouksia sen mukaan mikä ohikulkijaa kiinnostaa ja näin parantaa omaa tuottoaan.

4.4 Yhteenveto ja tulevaisuus

5 Yhteenveto

Lähteet

- [1] Kevin Curran, Eoghan Furey, Tom Lunney, Jose Santos, Derek Woods, and Aiden McCaughey. An evaluation of indoor location determination technologies. *Journal of Location Based Services*, 5(2):61–78, 2011.
- [2] Geomarketing verkkosivut. <http://www.geomarketing.com/geo-targeted-mobile-ad-revenues-to-reach-18-2-billion-by-2019>. viitattu: 2016-03-17.
- [3] Yanying Gu, A. Lo, and I. Niemegeers. A survey of indoor positioning systems for wireless personal networks. *Communications Surveys Tutorials, IEEE*, 11(1):13–32, Jan 2009.
- [4] M. Vossiek, L. Wiebking, P. Gulden, J. Wiegardt, C. Hoffmann, and P. Heide. Wireless local positioning. *Microwave Magazine, IEEE*, 4(4):77–86, Dec 2003.
- [5] Hui Liu, H. Darabi, P. Banerjee, and Jing Liu. Survey of wireless indoor positioning techniques and systems. *Systems, Man, and Cybernetics, Part C: Applications and Reviews, IEEE Transactions on*, 37(6):1067–1080, Nov 2007.
- [6] Reuters artikkeli: Sisätilapaikannuksen markkinat. <http://www.reuters.com/article/research-and-markets-idUSnBw225342a+100+BSW20150122>. viitattu: 2016-03-17.
- [7] Binghao Li, James Salter, Andrew G. Dempster, and Chris Rizos. Indoor positioning techniques based on wireless lan. In *LAN, FIRST IEEE INTERNATIONAL CONFERENCE ON WIRELESS BROADBAND AND ULTRA WIDEBAND COMMUNICATIONS*, pages 13–16, 2006.
- [8] P. Bahl and V.N. Padmanabhan. Radar: an in-building rf-based user location and tracking system. In *INFOCOM 2000. Nineteenth Annual Joint Conference of the IEEE Computer and Communications Societies. Proceedings. IEEE*, volume 2, pages 775–784 vol.2, 2000.
- [9] Ramsey Faragher and R Harle. An analysis of the accuracy of bluetooth low energy for indoor positioning applications. In *Proceedings of the 27th International Technical Meeting of the Satellite Division of the Institute of Navigation (ION GNSS+’14)*, 2014.
- [10] Jingjing Yang, Zhihui Wang, and Xiao Zhang. An ibeacon-based indoor positioning systems for hospitals. *International Journal of Smart Home*, 9(7):161–168, 2015.

- [11] Giorgio Conte, Massimo De Marchi, Alessandro Antonio Nacci, Vincenzo Rana, and Donatella Sciuto. Bluesentinel: a first approach using ibeacon for an energy efficient occupancy detection system. In *BuildSys@ SenSys*, pages 11–19, 2014.
- [12] Lionel M. Ni, Yunhao Liu, Yiu Cho Lau, and Abhishek P. Patil. Landmarc: Indoor location sensing using active rfid. *Wirel. Netw.*, 10(6):701–710, November 2004.
- [13] S.S Saab and Z.S. Nakad. A standalone rfid indoor positioning system using passive tags. *Industrial Electronics, IEEE Transactions on*, 58(5):1961–1970, May 2011.
- [14] Zhou Zhou, Mohsen Kavehrad, and Peng Deng. Indoor positioning algorithm using light-emitting diode visible light communications. *Optical Engineering*, 51(8):085009–1, 2012.
- [15] Jussi Collin, Oleg Mezentsev, Gérard Lachapelle, et al. Indoor positioning system using accelerometry and high accuracy heading sensors. In *Proc. of ION GPS/GNSS 2003 Conference*, pages 9–12, 2003.
- [16] Honeywell aerospace verkkosivut. <https://aerospace.honeywell.com/products/navigation-and-sensors/hg1700>. viitattu: 2016-02-18.
- [17] Indoor atlas verkkosivut. <https://www.indooratlas.com>. viitattu: 2016-02-20.
- [18] Binghao Li, Thomas Gallagher, Andrew G Dempster, and Chris Rizos. How feasible is the use of magnetic field alone for indoor positioning? In *Indoor Positioning and Indoor Navigation (IPIN), 2012 International Conference on*, pages 1–9. IEEE, 2012.
- [19] Lips verkkosivut. <http://lips.si/>. viitattu: 2016-02-25.
- [20] Campusguide verkkosivut. <http://campusguiden.no/?lang=english>. viitattu: 2016-02-25.
- [21] Business insider ”these heat maps show how retailers track you as you shop”. <http://www.businessinsider.com/how-retailers-track-shoppers-in-heat-maps-2014-1?IR=T>. viitattu: 2016-03-1.
- [22] Business insider ”this heat map reveals the secret to ikea’s store design”. <http://www.businessinsider.com/this-heat-map-reveals-the-secret-to-ikeas-store-design-2014-1?IR=T>. viitattu: 2016-03-1.
- [23] Bia/kelsey lehdistötiedote. <http://www.biakelsey.com/Company/Press-Releases/150422-Mobile-Will-Grab-11>.

5-Percent-of-Total-Local-Media-Revenues-by-2019.asp. viitattu: 2016-03-17.

[24] Petteri Järvinen. Täsmämarkkinointi on tulevaisuutta. *Tietokone* 8/00, 2001.

[25] Siwa opiskelija alennukset. <http://www.siwa.fi/fi/menossa-nyt/siwaopiskelija/?gclid=Cj0KEQiAsP-2BRCF14Lb2NTJttEBEiQAmj2tbdKEzK30HrajeFlBmQRY--QV4pR73CP8AewaAvwg8P8HAQ>. viitattu: 2016-03-1.

[26] Howard Beales. The value of behavioral targeting. *Network Advertising Initiative*, 2010.