

# ***PING METRICS 2018***



# PING METRICS

## KULUTTAJIEN NÄKÖKULMA

**DAGMAR\***

### VAIKUTTAJAMARKKINOINNIN TUTKIMUS

Kuluttajien keskuudessa toteutetun Vaikuttajamarkkinoinnin tutkimuksen toteutuksesta ja analyysistä vastasi Dagmar.

Tutkimus toteutettiin toista kertaa.

Tutkimuksen tiedonkeruu toteutettiin Bilendin online paneelissa huhtikuussa 2018.

Tutkimukseen osallistui yhteensä 1125 vastaajaa.

Tutkimuksen näyte edustaa 15-65 -vuotiasta väestöä.

#### Lisätietoja:

Vernariikka Vasala  
vernariikka.vasala@dagmar.fi  
Insight Strategist  
Dagmar

## MAINOSTAJIEN NÄKÖKULMA

 **MAINOSTAJAT.FI**

### MAINOSTAJIEN LIITON PULSSIKYSELY JÄSENILLEEN

Pulssikysely lähetettiin Mainostajien Liiton jäseny sähköpostilinkkinärytysten markkinoinnista ja viestinnästä vastaaville.

Kyselyyn osallistui 109 vastaajaa.

Kyselyn tiedonkeruu toteutettiin huhtikuussa 2018.

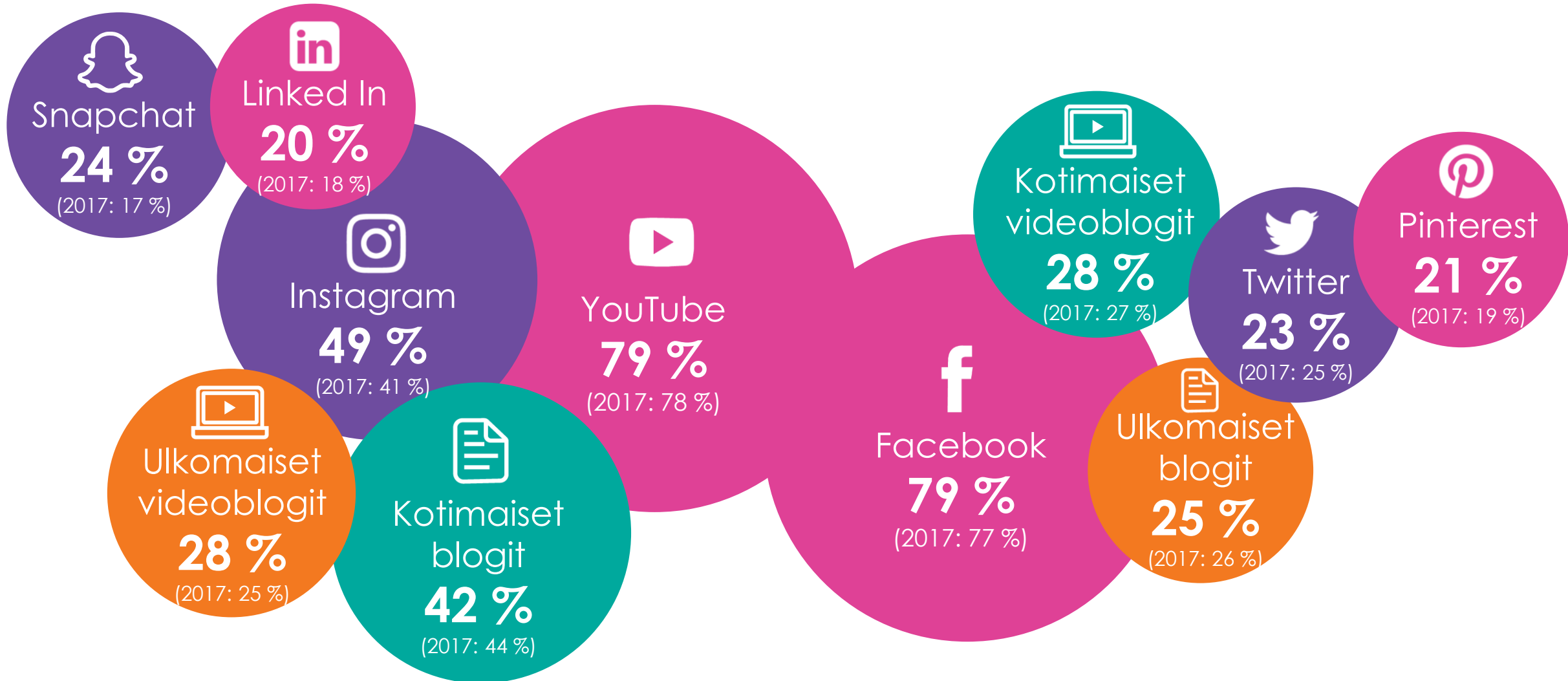
#### Lisätietoja:

Asta Anttila  
asta.anttila@mainostajat.fi  
Viestintä- ja tutkimuspäällikkö  
Mainostajien Liitto

# KULUTTAJIEN NÄKÖKULMA

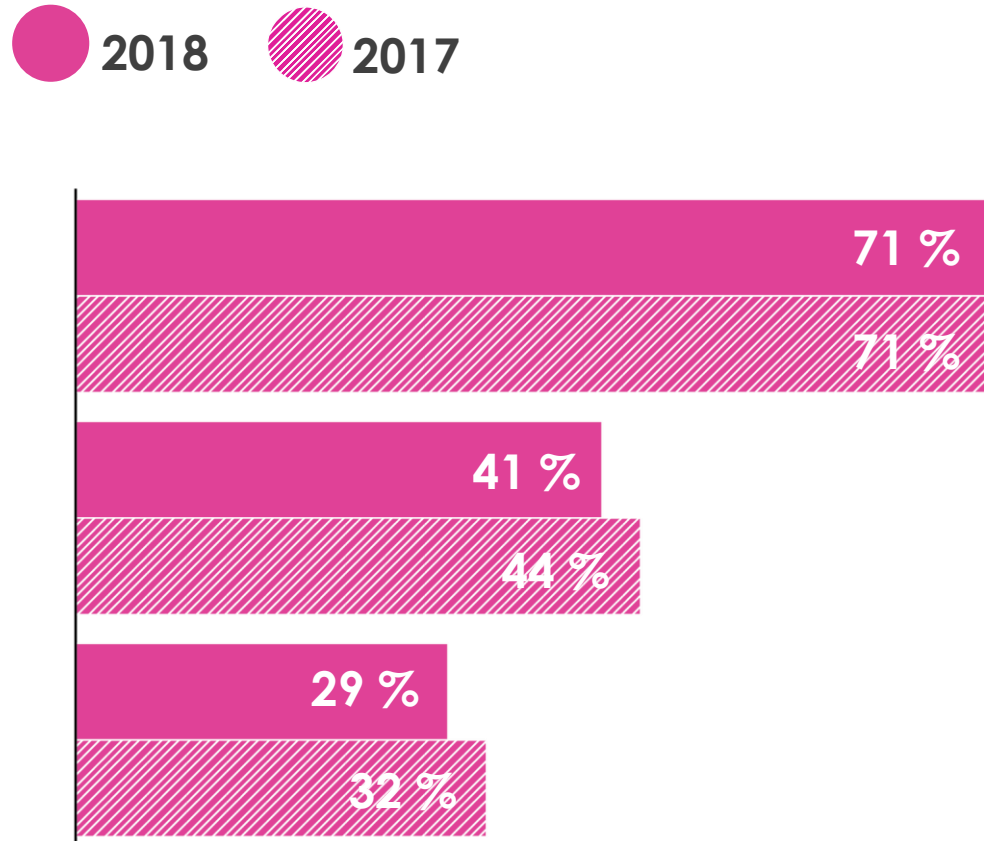


# Somekanavien kuukausittaiset käyttäjämäärät 2018



# Kotimaisten blogien lukeminen

15-65 -vuotiaat



**15-49-vuotiaat naisten** keskuudessa blogien lukeminen on yleisintä: **83% lukee kotimaisia blogeja**

Aktiivisimpia lukijoita ovat **15-29-vuotiaat naiset**: **38% lukee kotimaisia blogeja vähintään viikoittain.**

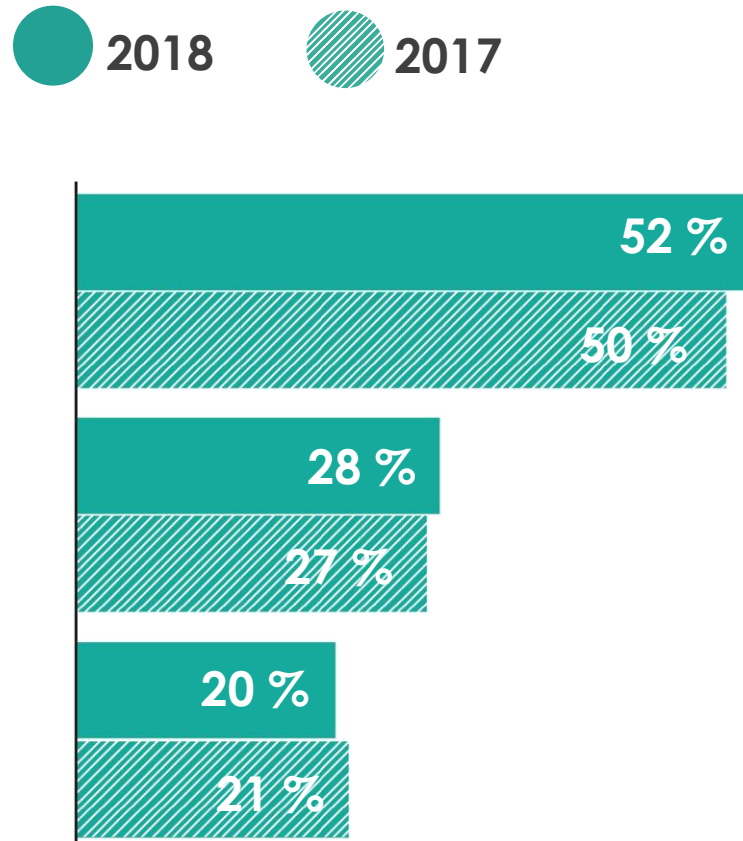
## Mitä muutoksia?

**50-65-vuotiaat naiset ja 30-49-vuotiaat miehet** lukevat aikaisempaa vähemmän blogeja.

Sukupuoli ja ikä	2017	2018
50-65v.	32 %	22 %
30-49v.	40 %	29 %

# Kotimaisten tubettajien videoiden katselu

15-65 -vuotiaat



Kotimaisten tubettajien videoiden katselu on yleisintä **15-24 -vuotiaiden** keskuudessa: **76%** katsoo tubettajien videoita. Myös **74% 15-29v. naisista** katsoo kotimaisten tubettajien videoita.

Aktiivisimpia kotimaisten tubettajien videoiden katsojia ovat **15-24 -vuotiaat: 49% katsoo viikoittain ja 23% päivittäin.**

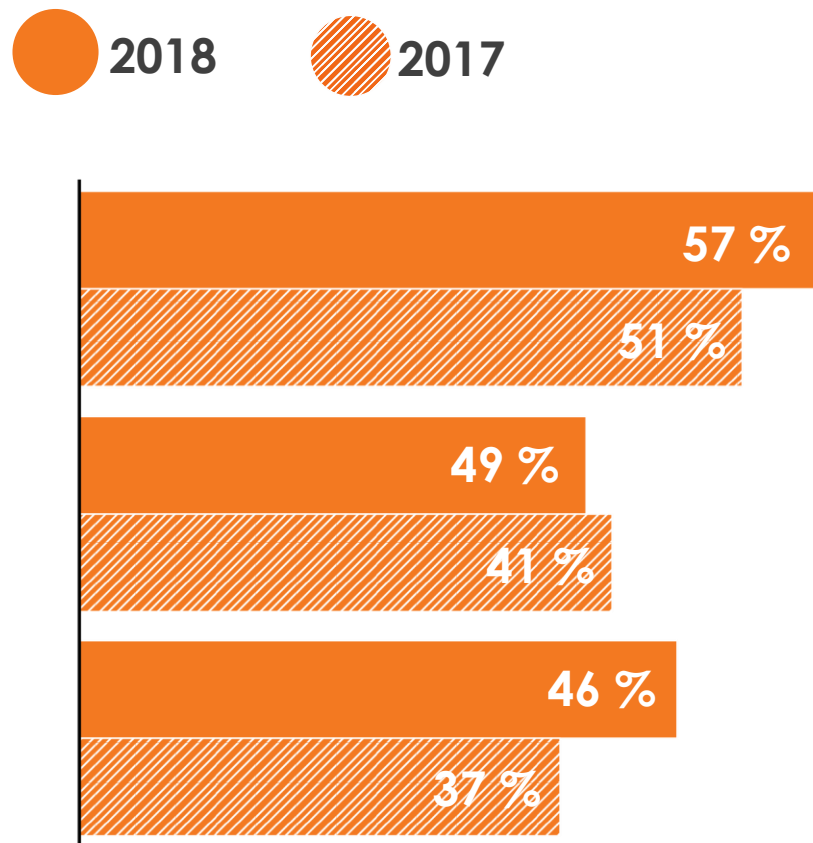
## Mitä muutoksia?

**Alle 30-vuotiaissa** pientä kasvua tubettajien videoiden katsomisessa.

2017	2018
48 %	54 %

# Instagramin seuraaminen

15-65 -vuotiaat



Instagramin käyttö on yleisintä **15-24 -vuotiaiden** keskuudessa: **85%** käyttää Instagramia.

Aktiivisimpia Instagram-käyttäjiä ovat **15-24 -vuotiaat naiset: 60%** seuraa Instagramia useita kertoja päivässä.

## Mitä muutoksia?

**Sekä naisissa 30-49 v. että miehissä 15-29** kasvua päivittäin useita kertoja Instagramia seuraavien joukossa.

Sukupuoli ja ikä	2017	2018
Naiset 30-49v.	10 %	29 %
Miehet 15-29v.	28 %	46 %



# Tärkeimmät syyt lukea blogeja ja katsoa tubevideoita

## Top5 syyt lukea blogeja:

1. Saan tietoa minua kiinnostavista aiheista
2. Saan inspiraatiota ja ideoita
3. Saan uusia näkemyksiä ja ajatuksia
4. Viihdyttääkseni itseäni
5. Kuluttaakseni aikaa

Inspiraation ja ideoiden vuoksi lukevat erityisesti **alle 30-vuotiaat naiset**, saadakseen tietoa kiinnostavista aiheista **yli 30-vuotiaat naiset**.

(#6 Saan tukea ostopäätöksiini!)

## Top5 syyt katsoa tubevideoita:

1. Viihdyttääkseni itseäni
2. Kuluttaakseni aikaa
3. Saan tietoa minua kiinnostavista aiheista
4. Saan ideoita ja inspiraatiota
5. Saan uusia näkemyksiä ja ajatuksia

**Alle 30-vuotiaat naiset** katsovat erityisesti viihdyttääkseen itseään. **Yli 30-vuotiaat miehet** saadakseen tietoa kiinnostavista aiheista.

(#7 tukea ostopäätöksiini)



# Minkä aihealueiden vaikuttajia eri kanavista seurataan?

## Blogit



1. Terveys, hyvinvointi ja liikunta
2. Ruoanlaitto ja leivonta
3. Matkailu
4. Lifestyle
5. Kauneus ja hiukset
6. Ihmissuhteet
7. Sisustus
8. Asiantuntijablogit
9. Uutiset / ajankohtaiset asiat
10. Muoti

## Tubettajat

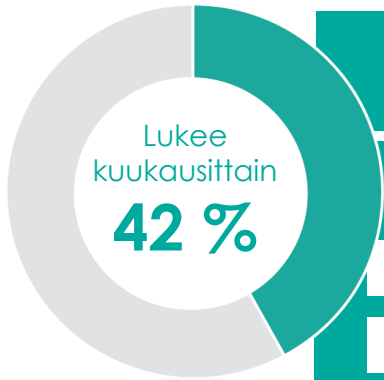


1. Lifestyle
2. Huumori
3. Pelit
4. Terveys, hyvinvointi ja liikunta
5. Muiden arkielämä
6. Ruoanlaitto ja leivonta
7. Kauneus ja hiukset
8. Matkailu
9. Muoti
10. Ihmissuhteet

## Instagrammaat



1. Terveys, hyvinvointi ja liikunta
2. Lifestyle
3. Muiden arkielämä
4. Ruoanlaitto ja leivonta
5. Matkailu
6. Kulttuuri ja taiteet
7. Huumori
8. Kauneus ja hiukset
9. Muoti
10. Valokuvaus



## KOTIMAISET BLOGIT

### Seuratuimmat aihealueet:

1. Ruoanlaitto & leivonta

2. Liikunta, terveys & hyvinvointi

3. Matkailu

4. Lifestyle

5. Kauneus ja hiukset

**6. Ihmissuhteet**

**7. Sisustus**

8. Asiantuntijablogit

9. Uutiset / ajankohtaiset asiat

**10. Muoti**

## ULKOMAISET BLOGIT

### Seuratuimmat aihealueet:

1. Matkailu

2. Liikunta, terveys & hyvinvointi

**3. Teknologia ja IT**

4. Ruoanlaitto & leivonta

5. Lifestyle

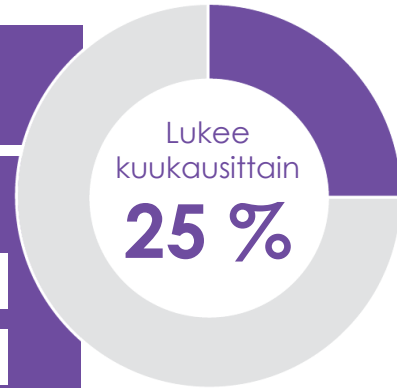
**6. Pelit**

7. Asiantuntijablogit

8. Kauneus ja hiukset

**9. Kulttuuri ja taiteet**

10. Uutiset / ajankohtaiset asiat



**Alle 50-vuotiaat miehet** ovat aktiivisimpia ulkomaisten blogien lukijoita: **28%** lukee viikoittain. He lukevat korostuneesti teknologia & IT, pelit sekä uutiset & ajankohtaiset asiat aiheisia blogeja.

# Tärkeimmät syyt seurata vaikuttajia somessa

## Top3 syyt seurata tiettyjä blogeja:



1. Asiasisältö

2. Persoona

3. Visuaalisuus

Persoona korostuu alle **30-vuotiaiden** keskuudessa, erityisesti **15-24-vuotiaat**. Asiasisältöä arvostavat erityisesti yli **30-vuotiaat miehet**.

## Top3 syyt seurata tiettyjä tubettajia:



1. Persoona

2. Asiasisältö

3. Hauskuus

Persoona korostuu erityisesti alle **30-vuotiaiden naisten** ja **15-24-vuotiaiden** keskuudessa.

## Top3 syyt seurata tunnettujen henkilöiden instaa:



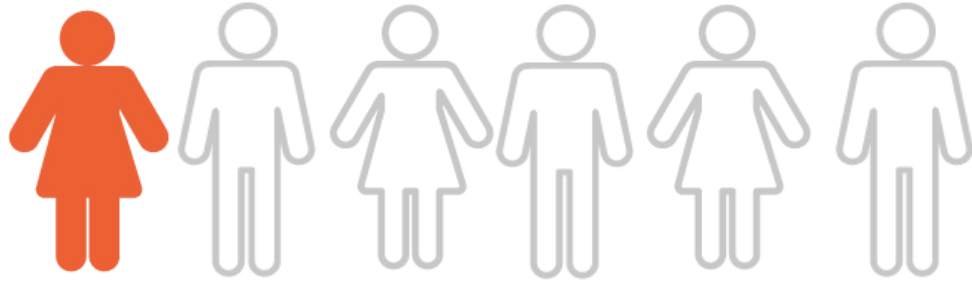
1. Persoona

2. Asiasisältö

3. Visuaalisuus

Visuaalisuus korostuu erityisesti **15-29-vuotiaiden naisten** keskuudessa. Asiasisältö puolestaan yli **30-vuotiaiden miesten** keskuudessa.

# Kaupallinen yhteistyö ei vähennä vaikuttajan luotettavuutta



Vain **joka kuudes** vaikuttajia seuraavista kokee kaupallisen yhteistyön vähentävän vaikuttajan luotettavuutta.

## Kaupallinen yhteistyö on hyväksyttävää, kunhan se ei ole päälle liimattua.



15-29-vuotiaista naisista pitää kaupallista yhteistyötä hyväksyttävänä, kunhan se **sopii bloggaajan arvomaailmaan**



15-29-vuotiaista naisista pitää kaupallista yhteistyötä hyväksyttävänä, kun tietää että **bloggaaja käyttää itse tuotetta / palvelua.**

# NUORET (NAISET) LUOTTAVAT VAIKUTTAJIIN



15-29V  
NAISISTA

20%

LUOTTAA MAINONTAAN  
tietolähteenä ostopäätöksen  
tueksi.

VS.

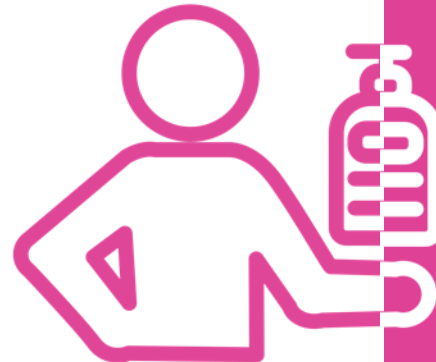
44%

LUOTTAA BLOGGAAJIEN  
suositukseen ja kokemuksiin



~80%

15-29-vuotiaista naisista on vähintään  
HARKINNUT TUOTTEEN / PALVELUN  
OSTAMISTA kuukauden sisällä  
HUMAN2HUMAN MARKKINOINNIN  
JOHDOSTA.



~50%

15-29-vuotiaista naisista on vähintään  
HARKINNUT TUOTTEEN / PALVELUN  
OSTAMISTA kuukauden sisällä  
VAIKUTTAJAMARKKINOINNIN  
ANSIOSTA.

# Blogeissa kaupallisuus luonnollisinta



43%

pitää blogien kaupallista yhteistyötä hyväksyttävänä, kun se on selvästi merkattu.

Alle 30-vuotiaat naiset pitävät blogien kaupallista yhteistyötä hyväksyttävimpänä:



57%

alle 30-vuotiaista naisista pitää blogien kaupallista yhteistyötä hyväksyttävänä, kun se on selvästi merkattu.



28%

alle 30-vuotiaista miehistä pitää blogeja mainontaa parempana tapana tuoda tuotteiden ja palveluiden yksityiskohtia.

# Blogit ovat vahvimmin osa ostoprosessia

## Blogit



45 %

Lukee kuukausittain blogeja

18 %

blogit mukana ostoprosessissa kk sisällä

36%

15-29v. naisista blogit mukana ostoprosessissa kuukauden sisällä

## Facebook



79%

Käyttää kuukausittain Facebookia

13 %

Facebook mukana ostoprosessissa kk sisällä

18%

15-29v. miehistä Facebook mukana ostoprosessissa kuukauden sisällä

## Tubettajat



36%

Katsoo kuukausittain tubettajien videoita

11%

tubettajat mukana ostoprosessissa kk sisällä

19%

15-29v. tubettajat mukana ostoprosessissa kuukauden sisällä

## Instagram



49%

Käyttää kuukausittain Instagramia

7%

Instagram mukana ostoprosessissa kk sisällä

20%

15-24v. Instagram mukana ostoprosessissa kuukauden sisällä



# Blogit ja tubettajat osana ostopäätöksiä

## Blogit

40 %

blogit olleet JOSKUS mukana ostoprosessissa  
(2017 42%)

16 %

ostanut JOSKUS blogikirjoituksen johdosta  
(2017 16%)

**Top5 tuotteet / palvelut,  
joiden ostopäätökseen blogit ovat vaikuttaneet:**



Kosmetiikka ja ihonhoito

Vaatteet, jalkineet ja asusteet

Elintarvikkeet

**Ravintolapalvelut**

Hiustenhoito

## Tubettajat

22 %

tubettajan videot olleet JOKUS mukana  
ostoprosessissa (2017 20%)

9 %

ostanut JOSKUS tubettajan videon johdosta  
(2017 7%)

**Top5 tuotteet / palvelut,  
joiden ostopäätökseen tubettajat ovat  
vaikuttaneet:**



Kosmetiikka ja ihonhoito

Elintarvikkeet

**Elektroniikka ja laitteet**

Vaatteet, jalkineet ja asusteet

Hiustenhoito

# Tubettajien aktivointikyky on selvästi kasvanut alle 30v. keskuudessa.

## Tubettajat osana ostoprosessia

### 15-29-vuotiaat naiset

45%

tubettajan videot olleet mukana  
ostoprosessissa  
(2017 40%)

22%

ostanut tubettajan videon johdosta  
(2017 13%)

### 15-29-vuotiaat miehet

36%

tubettajan videot olleet mukana  
ostoprosessissa  
(2017 20%)

16%

ostanut tubettajan videon johdosta  
(2017 5%)



Tubettajan vaikutus  
ostopäätökseen on  
**kolminkertaistunut**  
nuorissa miehissä!

# Somekanavat 30–65-vuotiaiden käyttäjien ostoprosessissa

## Blogit



42%

Lukee kuukausittain blogeja

15%

Blogit mukana ostoprosessissa kuukauden sisällä

## Facebook



75%

Käyttää kuukausittain Facebookia

12%

Facebook mukana ostoprosessissa kuukauden sisällä

## Tubettajat



25%

Katsoo kuukausittain tubettajien videoita

7%

Tubettajat mukana ostoprosessissa kuukauden sisällä

## Instagram



38%

Käyttää kuukausittain Instagramia

4%

Instagram mukana ostoprosessissa kuukauden sisällä

# Kotimaiset blogit eri ikäryhmissä

## Alle 30-vuotiaat

vs.

## Yli 30-vuotiaat

**INSPIRAATIO JA IDEAT** tärkein syy blogien lukemiseen.

**TIEDONSAANTI KIINNOSTAVISTA AIHEISTA** tärkein syy blogien lukemiseen.

### TOP 5 KOTIMAISTEN BLOGIEN AIHEALUEET

1. Liikunta, terveys ja hyvinvointi
2. **Lifestyle**
3. Ruoanlaitto ja leivonta
4. **Kauneus ja hiukset**
5. **Muoti**



### TOP 5 KOTIMAISTEN BLOGIEN AIHEALUEET

1. Ruoanlaitto ja leivonta
2. Liikunta, terveys ja hyvinvointi
3. **Matkailu**
4. **Uutiset ja ajankohtaiset asiat**
5. **Asiantuntijat**



### TOP 5 TUOTTEET / PALVELUT, JOIDEN OSTOPÄÄTÖKSEEN BLOGIT OVAT VAIKUTTANEET:

1. Kosmetiikka ja ihonhoito
2. Vaatteet, jalkineet ja asusteet
3. Elintarvikkeet
4. **Hiustenhoito**
5. Ravintolapalvelut



### TOP 5 TUOTTEET / PALVELUT, JOIDEN OSTOPÄÄTÖKSEEN BLOGIT OVAT VAIKUTTANEET:

1. Kosmetiikka ja ihonhoito
2. Vaatteet, jalkineet tai asusteet
3. **Elektroniikka ja laitteet**
4. Elintarvikkeet
5. Ravintolapalvelut



Seurattavan bloggaajan **PERSOONA** korostuneen tärkeää.

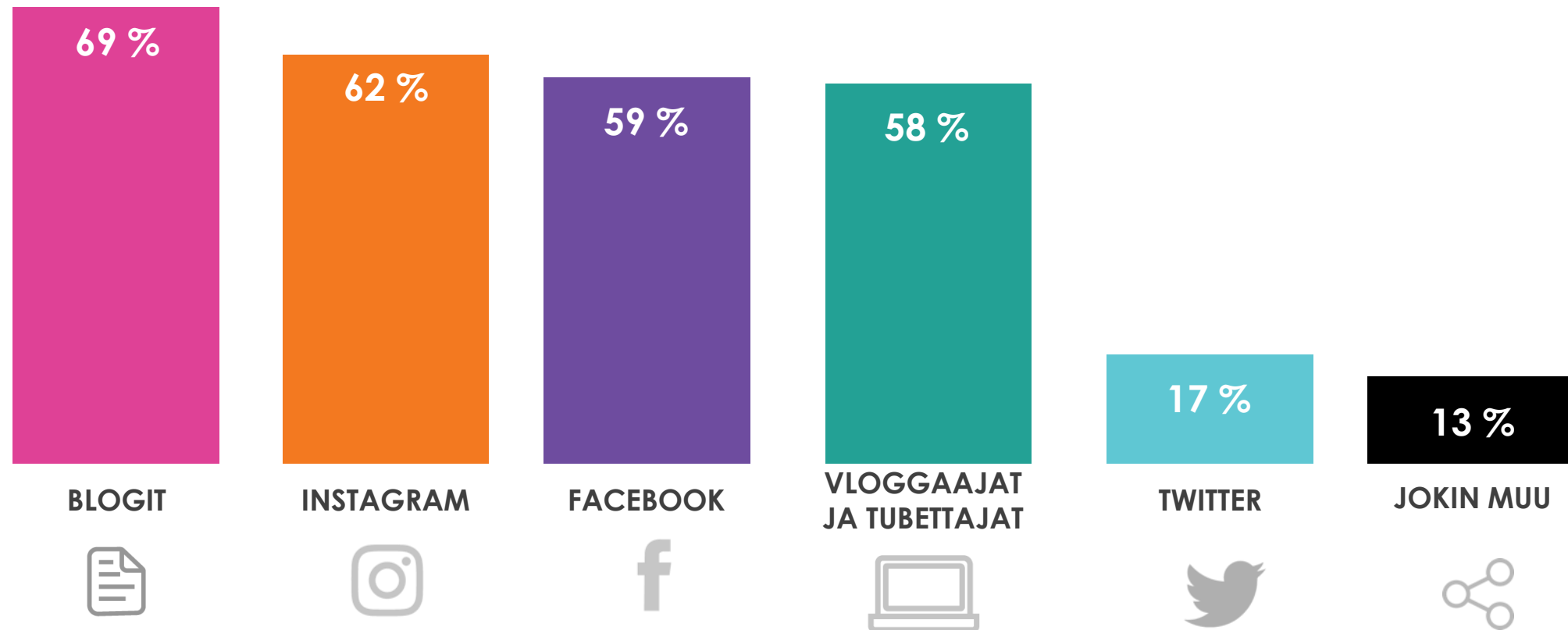
Seurattavan bloggaajan **ASiantuntevuus** korostuneen tärkeää.



# MAINOSTAJIEN NÄKÖKULMA



# Mainostajien mielestä kiinnostavimmat vaikuttajamarkkinoinnin kanavat





72 %

mainostajista on jo kokeillut vaikuttajamarkkinointia

Tarkoitus on tänä vuonna lisätä vaikuttajamarkkinointia ja myös sen mittausta.

Tärkeää on, että saavutetaan yhteinen hyöty. Lähtökohtaisesti yhteistyössä täytyy olla selkeästi määriteltä tavoite, oikea ajoitus ja relevantit kanavavalinnat.

68 %

vaikuttajamarkkinointia kokeilleista koki vaikuttajamarkkinoinnin tulokselliseksi.

25 %

vaikuttajamarkkinointia kokeilleista ei ole mitannut onnistumista.

Mittaaminen ja panos-tuotosuhteen määrittely on osittain vaikeaa. Samoin vaikuttajien valinta.

# MAINOSTAJIEN KOKEMAT SUURIMMAT VAIKUTTAJAMARKKINOINNIN HAASTEET

*Liian kaupallista tai  
teennäistä sisältöä*

*Miten löytää ja  
valita oikeat vaikuttajat?*

*Vaikuttajien  
on sovittava  
yrityksen  
arvoihin.*

*Tulosten  
mittaminen  
on liian vaikeaa,*

# MIKSI MAINOSTAJAT USKOVAT VAIKUTTAJAMARKKINOINTIIN?

*Tuo uskottavuutta  
tuotteen tai palvelun  
markkinointiin.*

*Tärkeää on, että  
saavutetaan  
yhteinen hyöty.*

*Valmis kanava  
kohderyhmän  
tavoittamiseen.*

*Aitoa  
lisäarvoa  
tuottavaa  
sisältöä.*