



Kodinkoneet, elektroniikka ja matkapuhelimet

Alueellinen
Ostokäyttäytyminen 2023

Alueellinen ostokäyttäytyminen 2023

Valtakunnallinen internetkysely, tutkimusjakso heinäkuu 2021-kesäkuu 2023, Kantar TNS Oy

14 toimialaa

- Autoliikkeet
- Huonekalu- ja sisustusliikkeet
- Kodinkoneet ja elektroniikka
- Lääkärikeskukset
- Matkapuhelinkaupat
- Optikkoliikkeet
- Pankit
- Rautakaupat
- Ruokakaupat
- Tavaratalot ja kauppakeskukset
- Urheiluliikkeet
- Vaateliikkeet
- Vakuutusyhtiöt

1 500 liikettä

Kyselyssä kartoitetaan valtakunnallisissa ja alueellisissa liikkeissä asiointia ja ostamista, ostopaikan valintakriteereitä, talouden tai henkilön vuoden aikana tekemiä ostoksia, suunnitelmissa olevia hankintoja sekä mm. suhtautumista mainontaan ja kiinnostuksen kohteita.

13 000 vastaajaa

Kohderyhmänä ovat 15-vuotta täyttäneet äidinkielenään suomea tai ruotsia puhuvat Ahvenanmaata lukuun ottamatta Suomessa asuvat 4 300 000 henkilöä.

Alueellinen ostokäyttäytyminen osuuteen vastasi noin 13 000 vastaajaa. Lukemiseen liittyvät tiedot ja vastaajien taustatiedot kartoitettiin noin 23 000 vastaajalta.

Tutkimukseen vastasi tietokoneella 40 %, matkapuhelimella tai tabletilla 60%.

30 markkina-alueetta

Tulokset on painotettu vastaamaan kullakin markkina-alueella Tilastokeskuksen uusimpia väestömääriä asuinkunnan, sukupuolen, iän, talouden koon ja äidinkielen mukaan.

Esityksen sisältö

Katsaus toimialan markkinapotentiaaliin

Liikkeissä asiointi

Liikkeistä ostaminen ja konversio

Asioineiden ja ostaneiden profiilit

Ostopaikan valintakriteerit

Kärkimedian tavoittavuus ja yhteenveto



Tutkimuksessa mukana olevat valtakunnalliset kodinkone- ja elektroniikkaliikkeet

Euronics

Gigantti

Power

Veikon Kone

Verkkokauppa.com

DNA Kauppa

Elisa Shopit

Fonum

Moimobiili.fi

Swappie

Telia Kauppa



Katsaus toimialan markkinapotentiaaliin

Kodintekniikan ostoaikeisia on vähemmän kuin niitä, jotka ovat ostaneet.

Ostanut/12kk
%, 15+v väestö (est. 4 295 000)



Aikoo ostaa/12kk
%, 15+v väestö (est. 4 295 000)

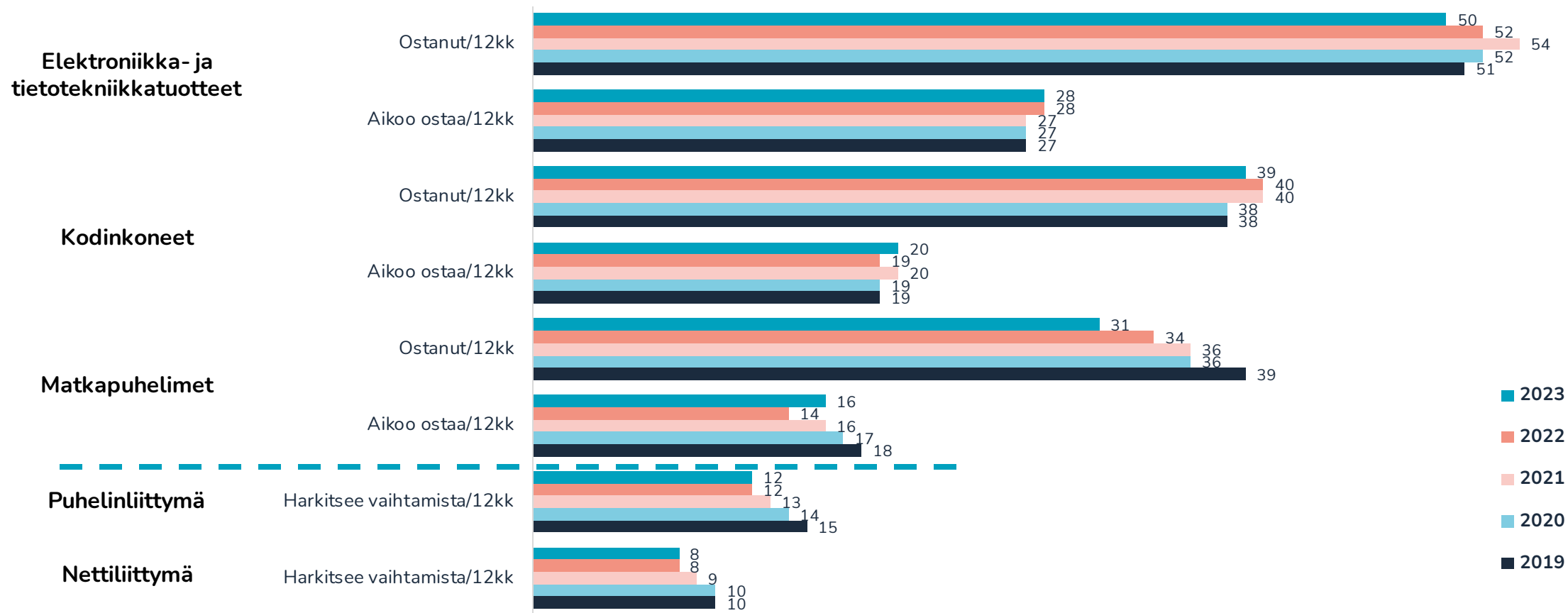


Valitse ne toimialat, joiden tuotteita tai palveluita olet ostanut / olet aikeissa ostaa seuraavien 12 kuukauden aikana?

KMT 2023

Trendi: Ostaminen, ostoaikeet ja vaihtoaikheet

%, 15+v väestö

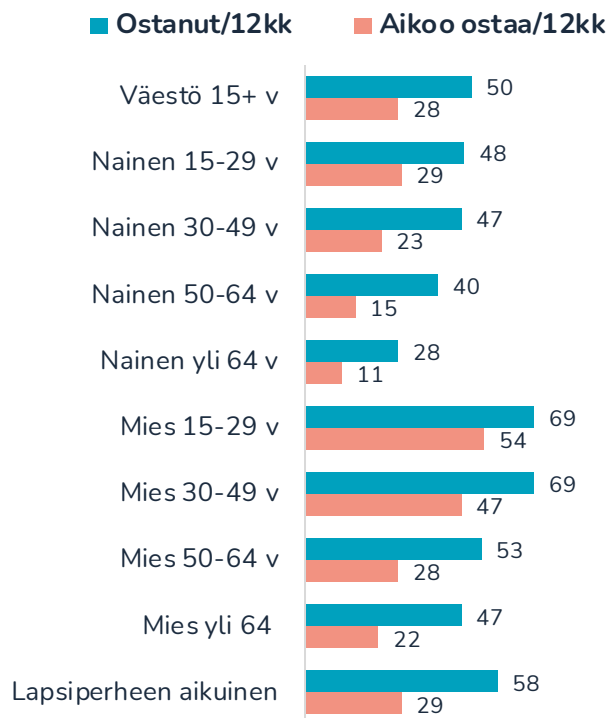


Valitse ne toimialat, joiden tuotteita tai palveluita olet ostanut viimeisten 12 kuukauden aikana?
 Valitse ne toimialat, joiden tuotteita tai palveluita olet aikeissa ostaa seuraavien 12 kuukauden aikana? Voit valita useita
 Harkitsetko jonkin seuraavien vaihtamista 12 kk:n aikana? Voit valita useita.
 KMT 2023, 2022, 2021, 2020, 2019

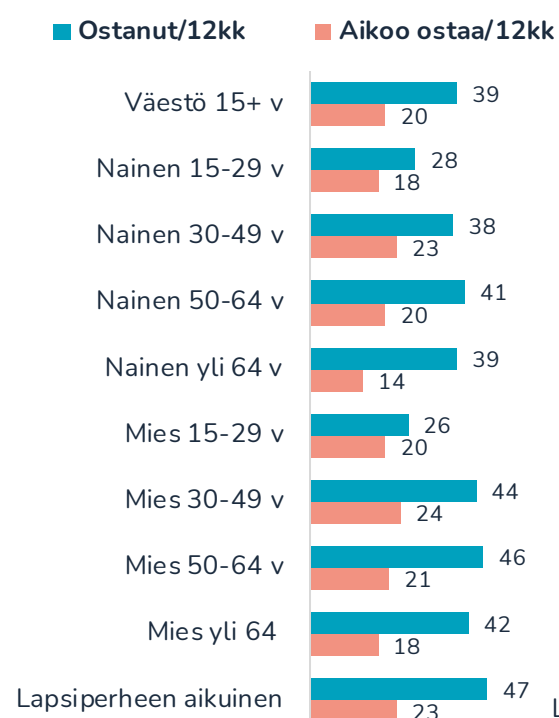
Ostaneet, osto- ja vaihtoaikaiset demografioittain

%, 15+v väestö

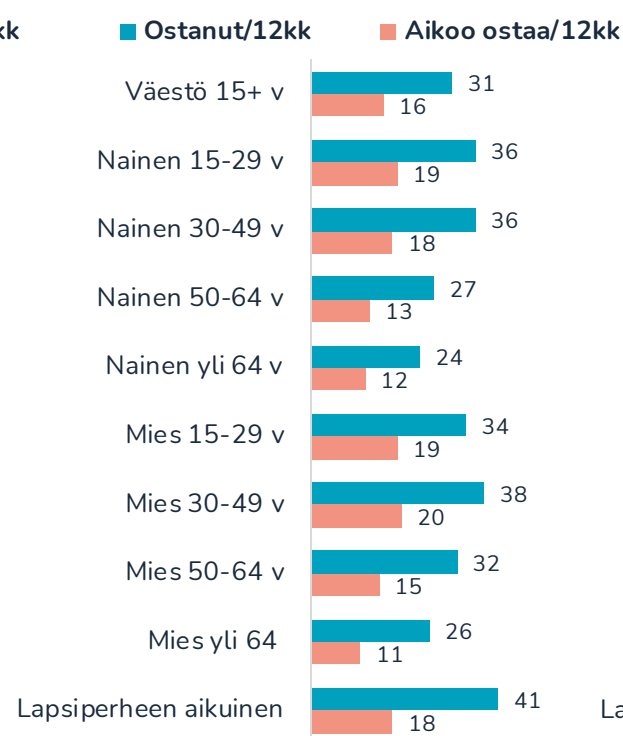
Elektroniikka- ja tietotekniikkatuotteet



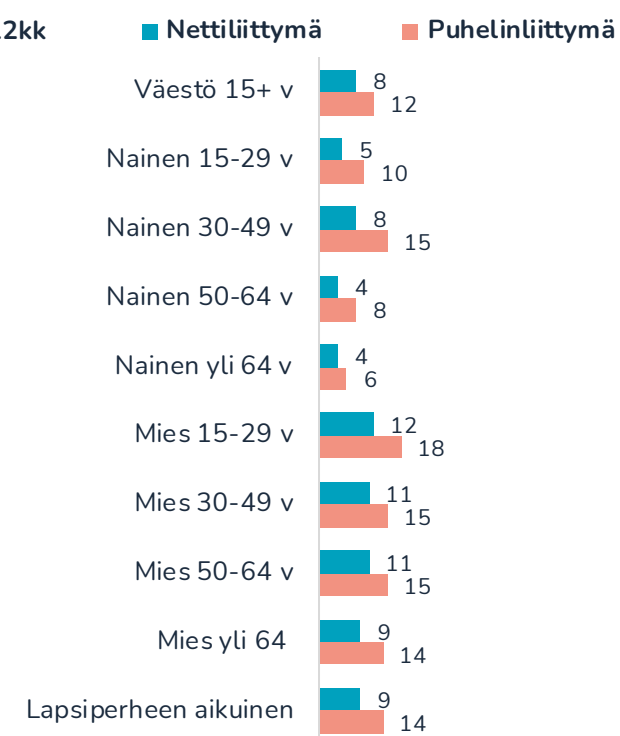
Kodinkoneet



Matkapuhelimet



Harkitsee vaihtamista/12kk



Valitse ne toimialat, joiden tuotteita tai palveluita olet ostanut viimeisten 12 kuukauden aikana?
 Valitse ne toimialat, joiden tuotteita tai palveluita olet aikeissa ostaa seuraavien 12 kuukauden aikana? Voit valita useita
 KMT 2023,

Kodintekniikan ostoaikeiset markkina-alueilla

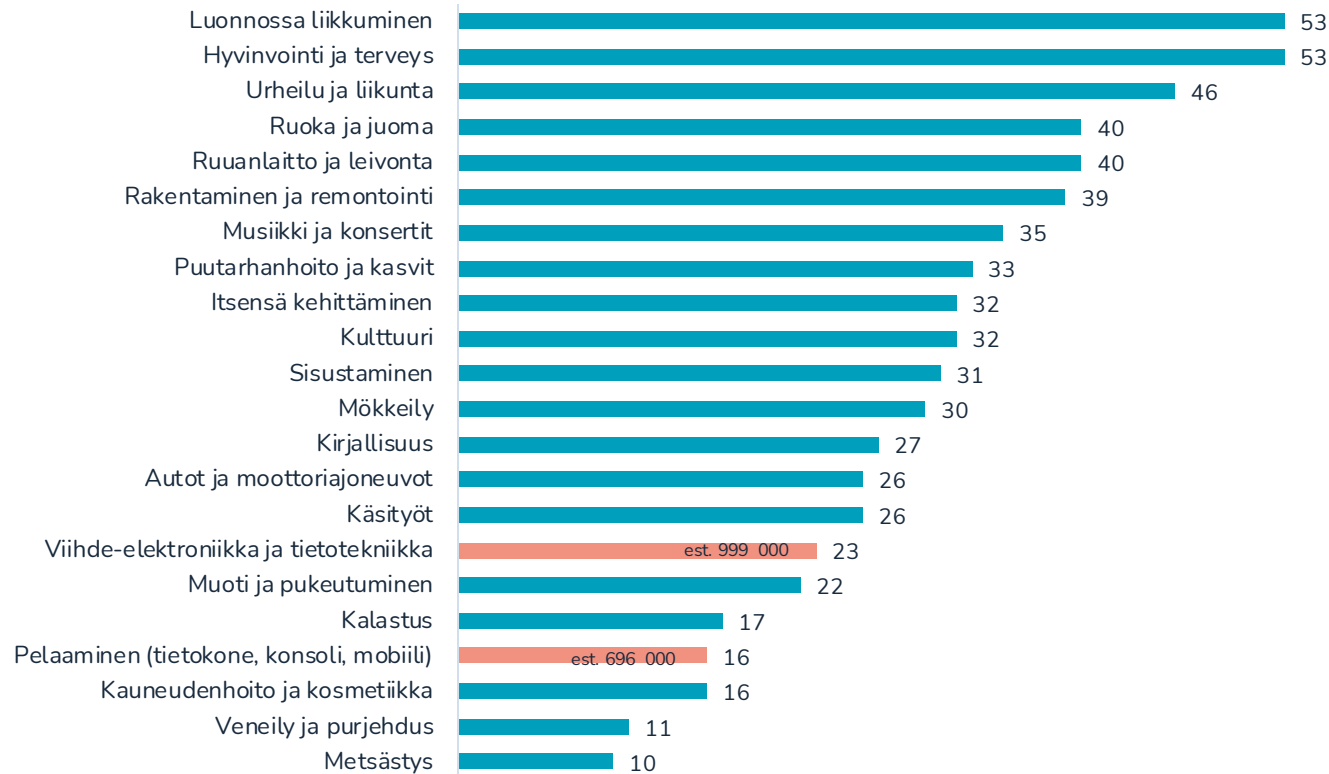
Estimaatti, 15+v väestö

	Elektroniikka- tai tietotekniikkatuotteet			Kodinkoneet			Matkapuhelimat	
	Aikoo ostaa/12kk (estimaatti)	Kumulatiivisesti (%)		Aikoo ostaa/12kk (estimaatti)	Kumulatiivisesti (%)		Aikoo ostaa/12kk (estimaatti)	Kumulatiivisesti (%)
Koko Suomi	1191000		Koko Suomi	848000		Koko Suomi	674000	
Pk-seutu/ Suur-Hki	297000	25	Pk-seutu/ Suur-Hki	187000	22	Pk-seutu/ Suur-Hki	153000	23
Tampereen markkina-alue	117000	35	Tampereen markkina-alue	80000	31	Tampereen markkina-alue	68000	33
Turun markkina-alue	86000	42	Turun markkina-alue	68000	40	Oulun markkina-alue	49000	40
Oulun markkina-alue	77000	48	Oulun markkina-alue	54000	46	Turun markkina-alue	47000	47
Jyväskylän markkina-alue	57000	53	Jyväskylän markkina-alue	41000	51	Jyväskylän markkina-alue	27000	51
Kuopio-Varkauden markkina-alue	47000	57	Kuopio-Varkauden markkina-alue	36000	55	Lahden markkina-alue	26000	55
Seinäjoen markkina-alue	42000	61	Lahden markkina-alue	31000	59	Kuopio-Varkauden markkina-alue	26000	59
Lahden markkina-alue	40000	64	Seinäjoen markkina-alue	28000	62	Seinäjoen markkina-alue	21000	62
Pk-seudun ympäristökunnat	39000	67	Pk-seudun ympäristökunnat	26000	65	Kokkola-Pietarsaaren alue	21000	65
Joensuun markkina-alue	34000	70	Kokkola-Pietarsaaren alue	26000	68	Porin markkina-alue	20000	68
Kokkola-Pietarsaaren alue	34000	73	Joensuun markkina-alue	22000	71	Vaasan markkina-alue	19000	71
Porin markkina-alue	31000	76	Porin markkina-alue	21000	73	Pk-seudun ympäristökunnat	18000	73
Rovaniemen markkina-alue	28000	78	Rovaniemen markkina-alue	21000	76	Rovaniemen markkina-alue	18000	76
Tuusula-Kerava-Järvenpää	27000	80	Hämeenlinnan markkina-alue	19000	78	Joensuun markkina-alue	16000	78
Vaasan markkina-alue	27000	83	Lappeenrannan markkina-alue	19000	80	Tuusula-Kerava-Järvenpää	14000	81
Lappeenrannan markkina-alue	23000	84	Vaasan markkina-alue	19000	82	Lappeenrannan markkina-alue	13000	82
Hämeenlinnan markkina-alue	20000	86	Tuusula-Kerava-Järvenpää	16000	84	Hämeenlinnan markkina-alue	12000	84
Hyvinkää-Riihimäki	19000	88	Hyvinkää-Riihimäki	14000	86	Kotkan markkina-alue	12000	86
Kouvolan markkina-alue	18000	89	Kouvolan markkina-alue	14000	88	Hyvinkää-Riihimäki	11000	88
Kotkan markkina-alue	16000	91	Rauman markkina-alue	13000	89	Porvoo-Loviisa	10000	89
Porvoo-Loviisa	15000	92	Porvoo-Loviisa	11000	90	Kouvolan markkina-alue	10000	91
Kajaanin markkina-alue	15000	93	Kotkan markkina-alue	11000	92	Kemi-Tornion markkina-alue	9000	92
Mikkelin markkina-alue	12000	94	Mikkelin markkina-alue	11000	93	Rauman markkina-alue	8000	93
Rauman markkina-alue	11000	95	Kajaanin markkina-alue	10000	94	Mikkelin markkina-alue	8000	94
Kemi-Tornion markkina-alue	11000	96	Kemi-Tornion markkina-alue	9000	95	Kajaanin markkina-alue	8000	96
Iisalmen markkina-alue	10000	97	Salon markkina-alue	8000	96	Iisalmen markkina-alue	7000	97
Raasepori	9000	98	Raasepori	7000	97	Salon markkina-alue	6000	97
Lohja	9000	98	Savonlinnan markkina-alue	7000	98	Raasepori	5000	98
Salon markkina-alue	9000	99	Iisalmen markkina-alue	7000	99	Lohja	5000	99
Savonlinnan markkina-alue	9000	100	Lohja	6000	99	Savonlinnan markkina-alue	5000	100
Forssan markkina-alue	5000	100	Forssan markkina-alue	4000	100	Forssan markkina-alue	3000	100

Valitse ne toimialat, joiden tuotteita tai palveluita olet aikeissa ostaa seuraavien 12 kuukauden aikana? Voit valita useita. KMT 2023

23% on kiinnostunut viihde-elektroniikasta ja tietotekniikasta ja 16% pelaamisesta. Kiinnostuneita yhtä paljon kuin viime vuonna mutta trendi on laskeva viiden vuoden aikajaksolla.

Suomalaisten kiinnostuksen kohteet %, 15+v väestö



Nouseva trendi
Rakentaminen ja remontointi

Kasvanut viime vuodesta
Kotimaan ja ulkomaiden uutiset
Politiikka ja yhteiskunta
Rakentaminen ja remontointi
Talous- ja raha-asiat
Ulkomaanmatkailu
Musiikki ja konsertit
Itsensä kehittäminen
Kulttuuri
Käsityöt
Muoti ja pukeutuminen
Kauneudenhoito ja kosmetiikka
Julkisuuden henkilöt
Veneily ja purjehdus
Metsästys

Laskeva trendi
Oman paikkakunnan asiat
Ympäristöasiat
Sisustaminen
Kirjallisuus

Laskenut viime vuodesta
Luonnossa liikkuminen
Urheilu ja liikunta
Kotimaanmatkailu
Mökkeily
Kirjallisuus
Kalastus

Kiinnostuksen kohteet isossa mittakaavassa hyvin sukupuolisidonnaisia

Kiinnostuksen kohteet, korostumat
Väestö 15+v

	Nainen 15-29 v	Nainen 30-49 v	Nainen 50-64 v	Nainen yli 64 v	Mies 15-29 v	Mies 30-49 v	Mies 50-64 v	Mies yli 64 v
Autot ja moottoriajoneuvot	----	----	----	----	++++	++++	++++	++++
Kalastus	----	----	----	----	++++	++++	++++	++++
Metsästys	----	----	----	----	++++	++++	++++	++++
Talous- ja raha-asiat	----	----	----	----	++++	++++	++++	++++
Veneily ja purjehdus	----	----	----	----	++++	++++	++++	++++
→ Viihde-elektronikka ja tietotekniikka	----	----	----	----	++++	++++	++++	---
Sijoittaminen	----	----	----	----	++++	++++	++++	----
Rakentaminen ja remontointi	----	--	-	----	----	++++	++++	++++
Urheilu ja liikunta	++++	----	----	----	++++	++++	++++	++++
→ Poliittikka ja yhteiskunta	----	----	----	++++	--	++++	++++	++++
Pelaaminen (tietokone, konsoli, mobiili)	++++	----	----	----	++++	++++	----	----
Kotimaan ja ulkomaisten uutiset	----	----	++++	++++	----	----	++++	++++
Mökkeily	----	++++	++++	----	----	++++	++	----
Itsensä kehittäminen	++++	++++	++++	----	++++	-	----	----
Oman paikkakunnan asiat ja tapahtumat	----	++++	++++	++++	----	----	-	++++
Ruoka ja juoma	++++	++++	++++	----	++++	----	----	----
Luonnossa liikkuminen	----	++++	++++	+	----	----	----	----
Puutarhanhoito ja kasvit	----	++++	++++	++++	----	----	----	----
Ulkomaanmatkailu	++++	++++	++++	----	----	-	----	----
Kotimaanmatkailu	++++	++++	++++	----	----	----	----	----
Julkisuuden henkilöt	++++	++++	++++	----	----	----	----	----
Kauneudenhoito ja kosmetiikka	++++	++++	++++	----	----	----	----	----
Hyvinvointi ja terveys	++++	++++	++++	++++	----	----	----	----
Hyväntekeväisyys	++++	++++	++++	++++	----	----	----	----
Kirjallisuus	++++	++++	++++	++++	----	----	----	----
Muoti ja pukeutuminen	++++	++++	++++	++++	----	----	----	----
Musiikki ja konsertit	++++	++++	++++	++++	----	----	----	----
Ruuanlaitto ja leivonta	++++	++++	++++	++++	----	----	----	----
Kulttuuri	++++	++++	++++	++++	----	----	----	----
Käsityöt	++++	++++	++++	++++	----	----	----	----
Ympäristöasiat	++++	++++	+++	++++	----	----	----	----
Sisustaminen	++++	++++	++++	++++	----	----	----	----

16% käyttää ylimääräisen rahan elektroniikkaan. Osuus on säilynyt viime vuoden tasolla.

8% Ei jää ylimääräistä rahaa pakollisten menojen jälkeen. Osuus on säilynyt ennallaan

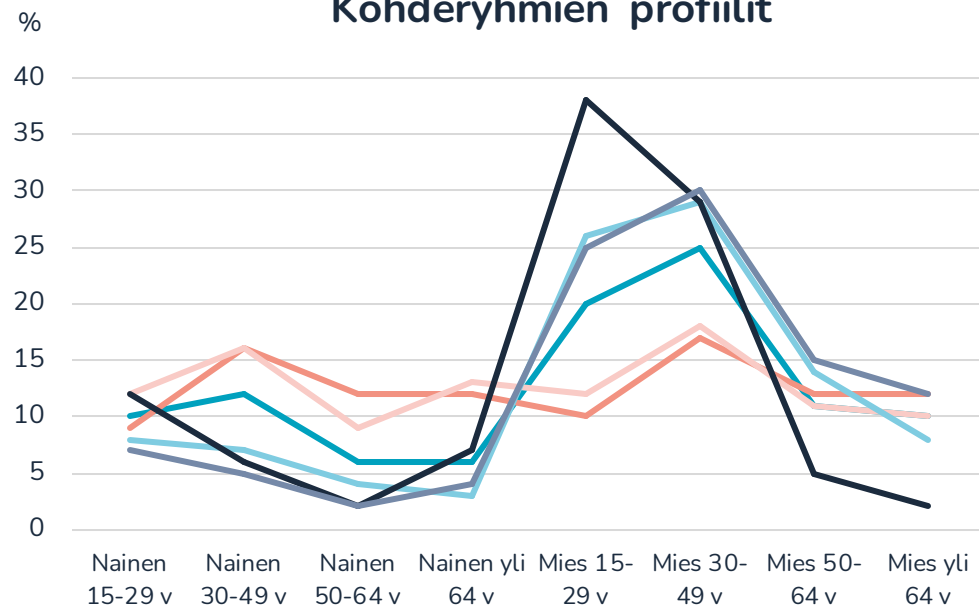
Trendi: Ylimääräisen rahan käyttökohteet
%, 15+v väestö



Yhteenveto potentiaalisista kohderyhmistä

%, 15+v väestö

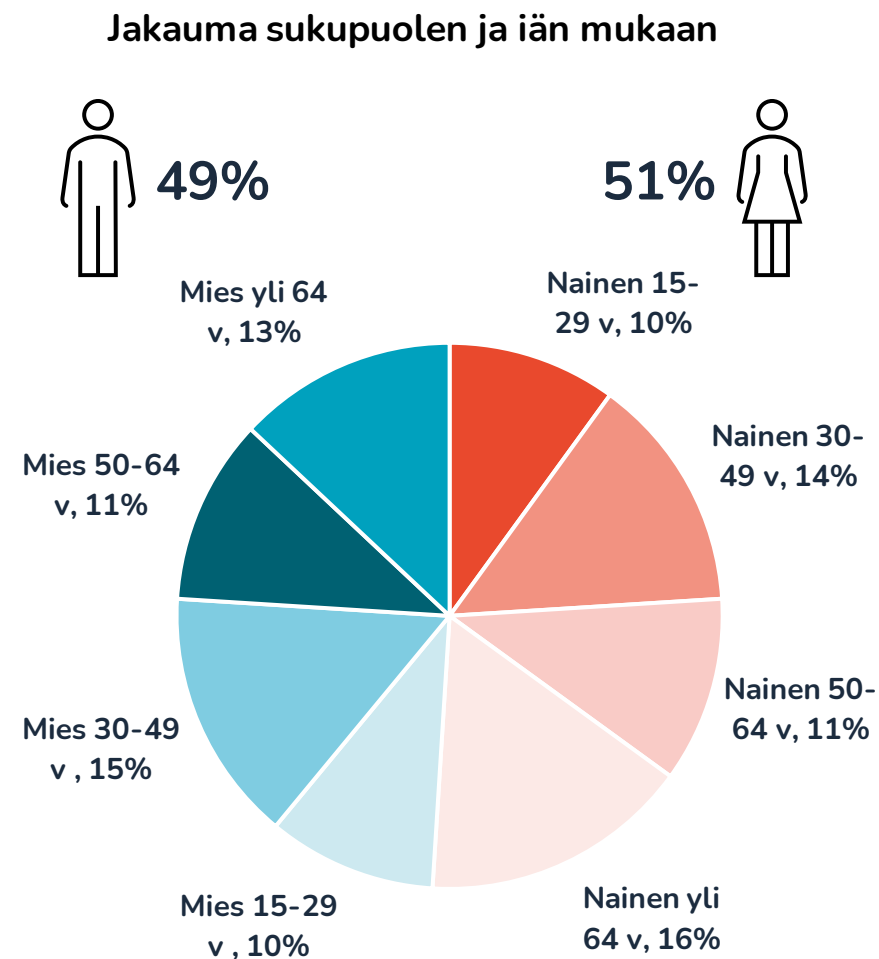
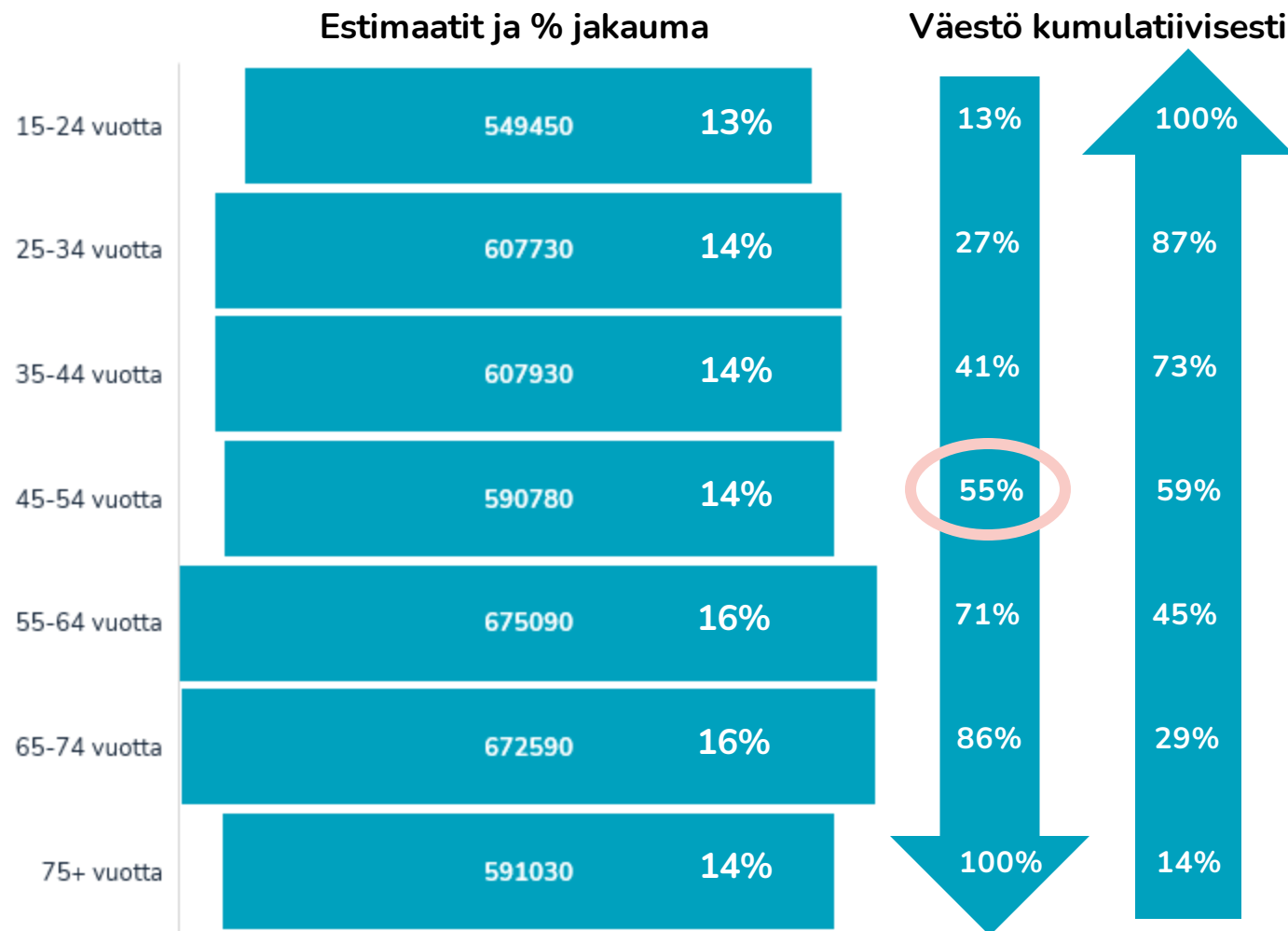
Kohderyhmien profiilit



Valitse ne toimialat, joiden tuotteita tai palveluita olet aikeissa ostaa seuraavien 12 kuukauden aikana? Voit valita useita
Mitkä seuraavista aihealueista kiinnostavat sinua?
Mihin mieluiten käytät ylimääräisen rahan, joka jää jäljelle sen jälkeen, kun olet jo maksanut pakolliset menot?
KMT 2023

Suomalaiset sukupuolen ja iän mukaan

Väestö 15+v (est. 4 295 000), %-osuudet ja estimaatit



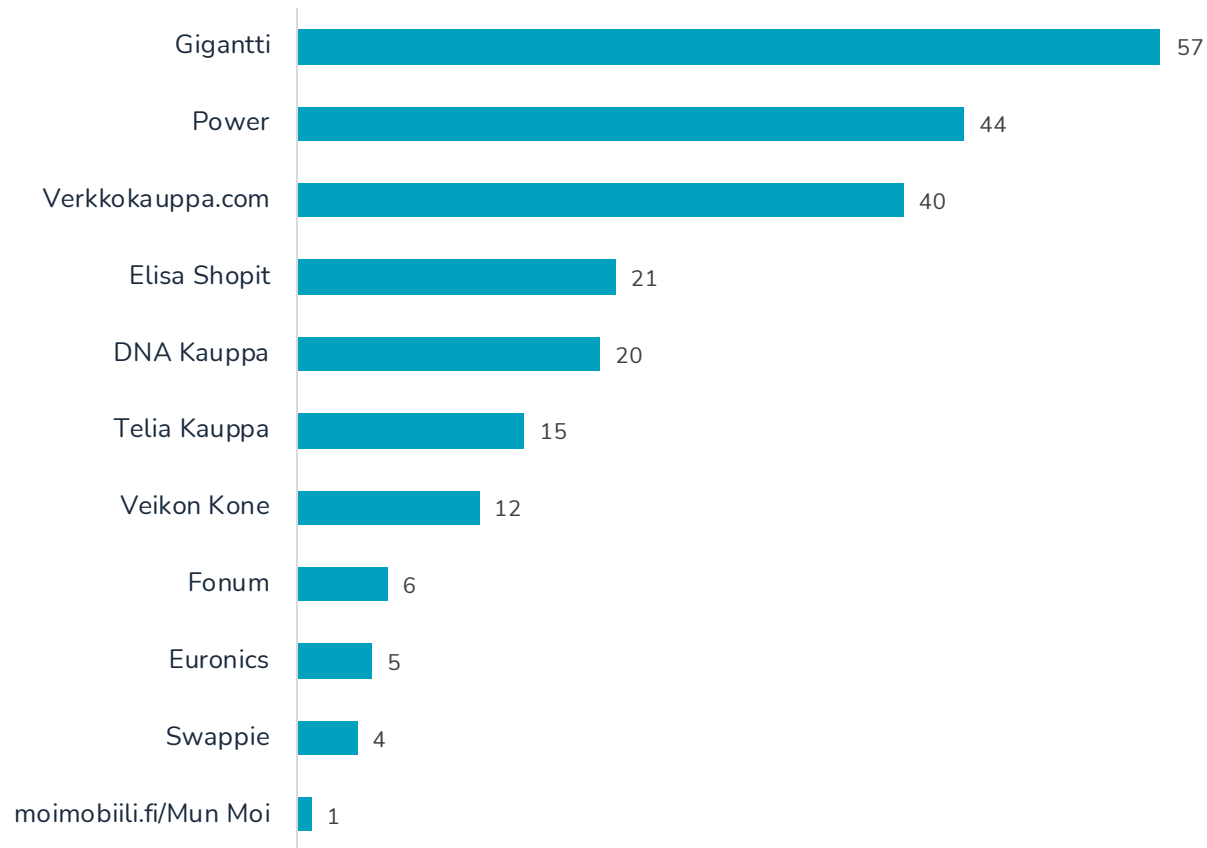
Vastasyntyneiden poikien elinajanodote oli vuonna 2022 Suomessa 79,2 vuotta ja tyttöjen 84,5 vuotta

Liikkeissä asiointi

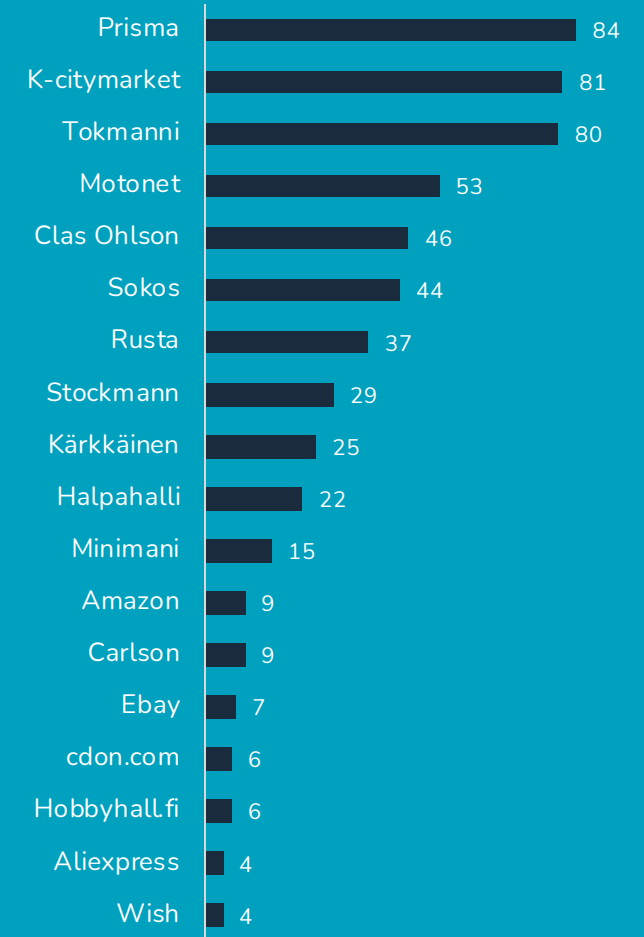
Missä liikkeissä tai verkkokaupoissa olet asioinut 12 kuukauden aikana?

Kodinkone, elektroniikka- tai matkapuhelinliikkeissä asiointi

%, 15+v väestö



Muissa kodintekniikkaa myyvissä liikkeissä ja verkkokaupoissa asiointi

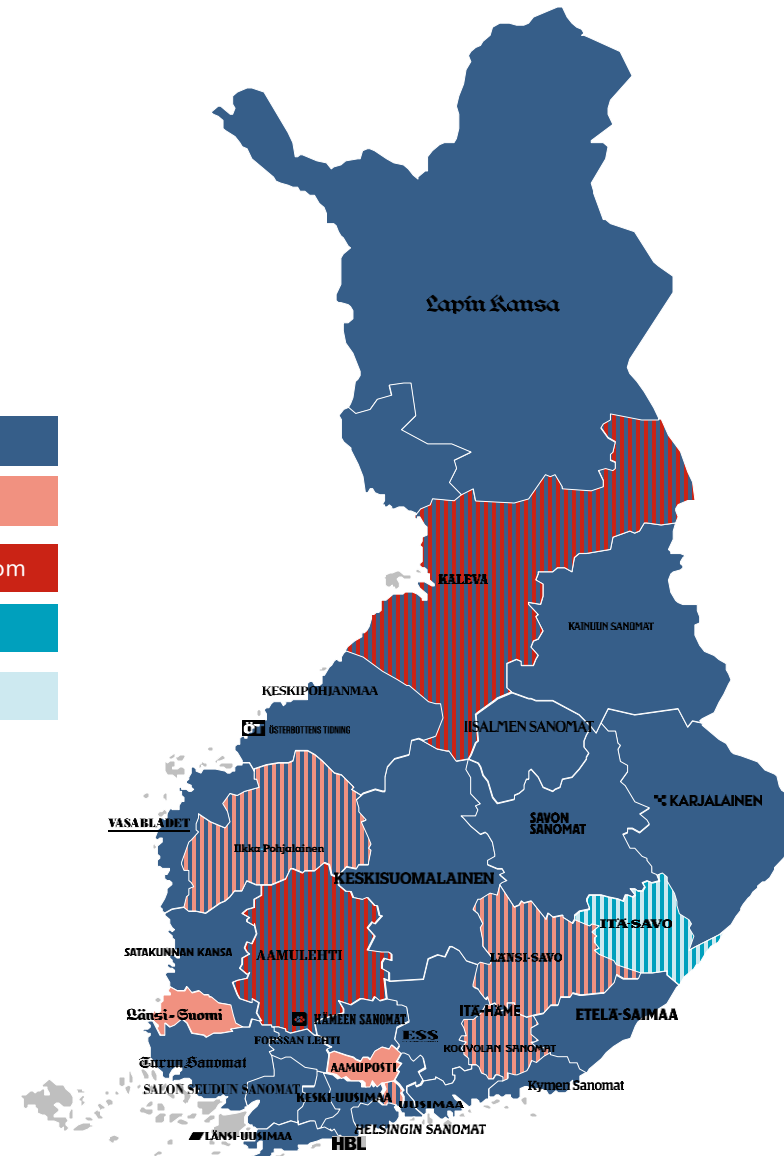
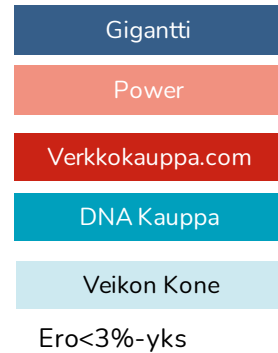


Alueen eniten asioitu elektroniikka-/kodinkoneliike

%, alueen 15+v väestö

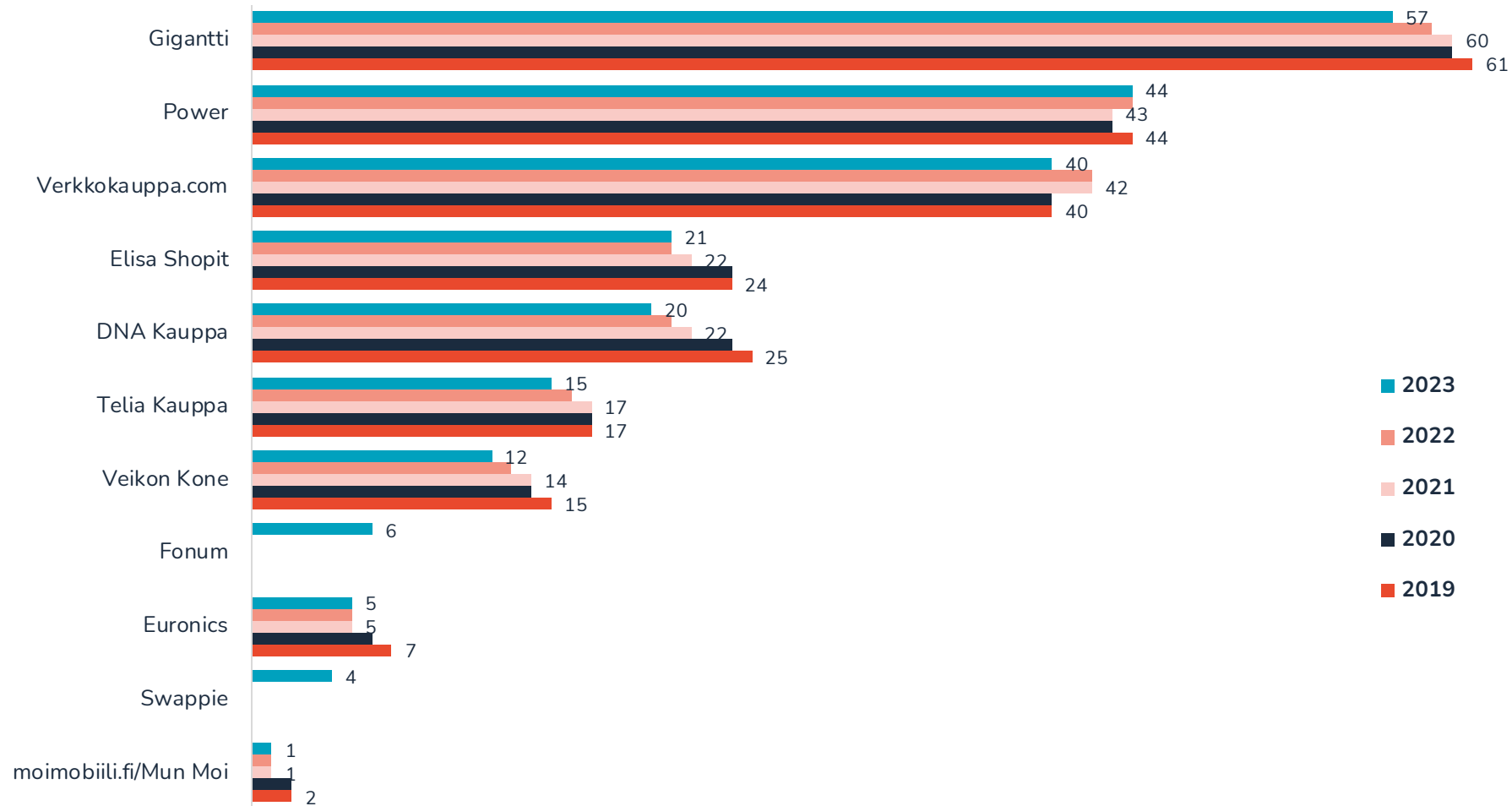
Vertailussa olevat liikkeet:

DNA Kauppa
Elisa Shopit
Euronics
Fonum
Gigantti
moimobiili.fi/Mun Moi
Power
Swappie
Telia Kauppa
Veikon Kone
Verkkokauppa.com



Trendi: liikkeissä asiointi

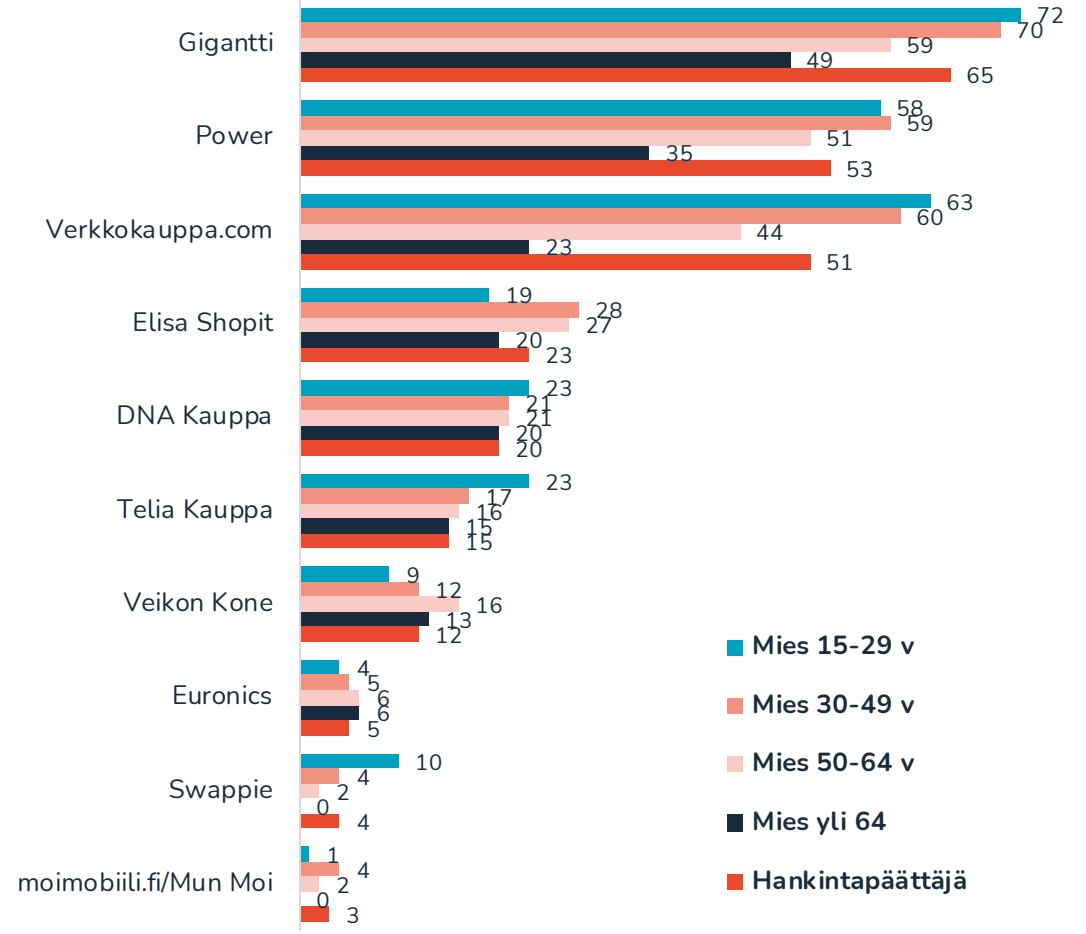
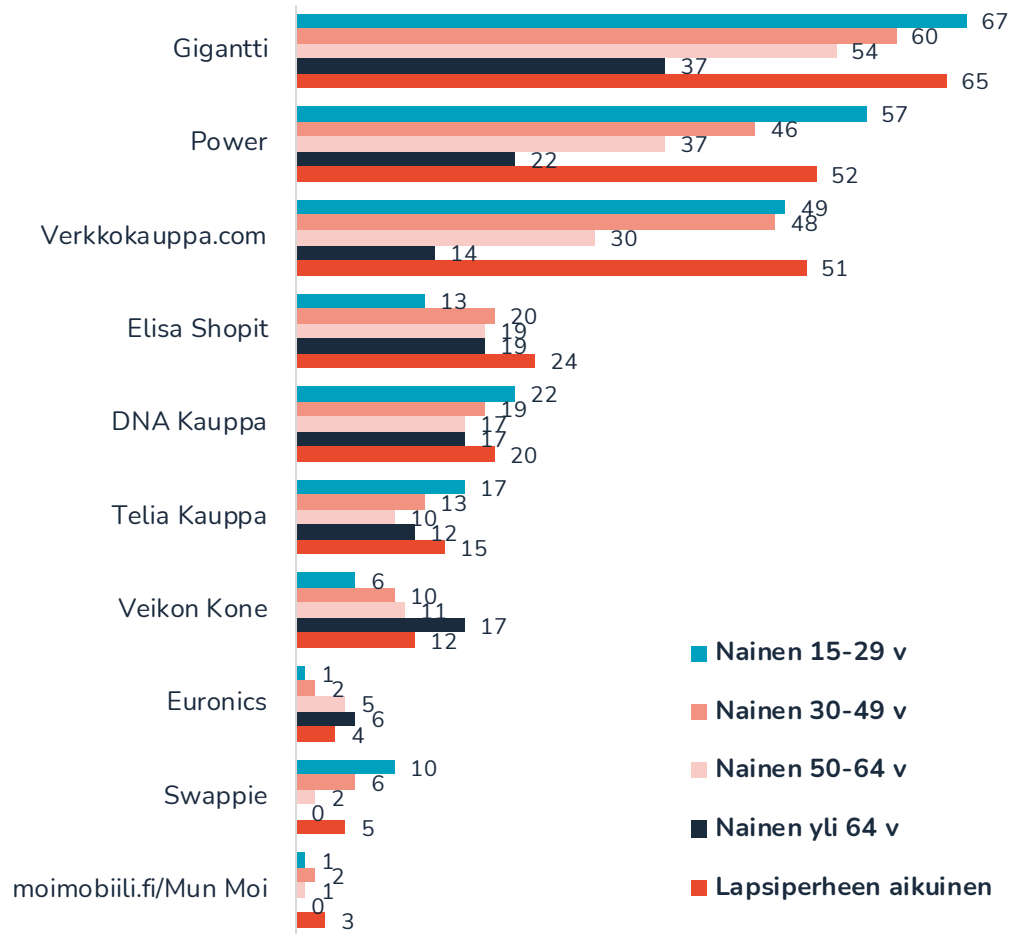
%, 15+v väestö



Missä liikkeissä tai verkkokaupoissa olet asioinut 12 kuukauden aikana?
KMT 2023, 2022, 2021, 2020, 2019

Liiikkeissä asioineet demografioittain

% taustaryhmästä

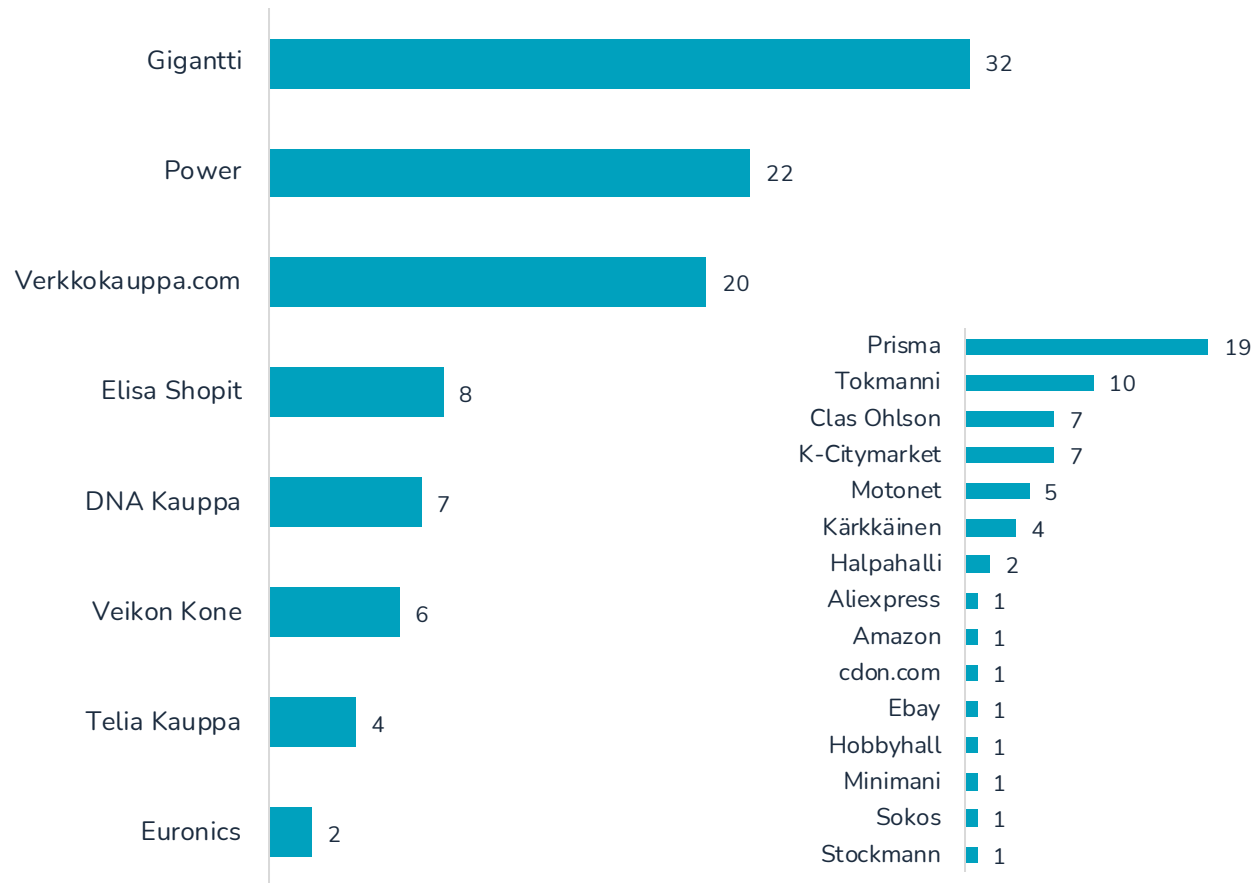


Liikkeistä ostaminen ja konversio

Oletko ostanut xxx viimeisen 12 kk aikana alla olevista liikkeistä tai verkkokaupoista?

Kodintekniikan ostaminen liikkeistä

%, 15+v väestö



Ostanut
elektroniikkaa tai
tietotekniikkaa
tai
kodinkoneita
tai
matkapuhelimia
liikkeestä tai
verkkokaupasta

Ostanut. 0/1% Aliexpress, Amazon, Carlson, cdon.com, Ebay, Hobbyhall.fi, Stockmann, Sokos, Minimani, Wish

Oletko ostanut xxx 12 kk aikana alla olevista liikkeistä tai verkkokaupoista?

KMT 2023

Alueen liike, josta useimmat ovat ostaneet kodin tekniikkaa*

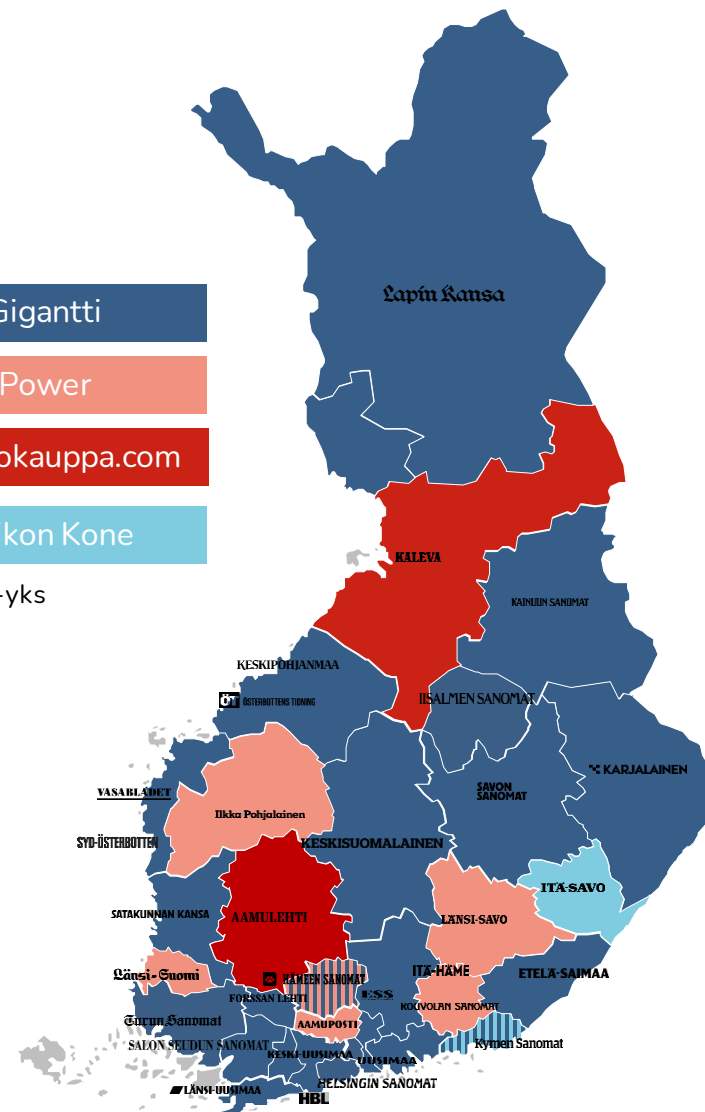
%, alueen 15+v väestö

Vertailussa olevat liikkeet

Gigantti
Power
Verkkokauppa.com
Elisa Shopit
DNA Kauppa
Veikon Kone
Telia Kauppa
Euronics



Ero<1%-yks



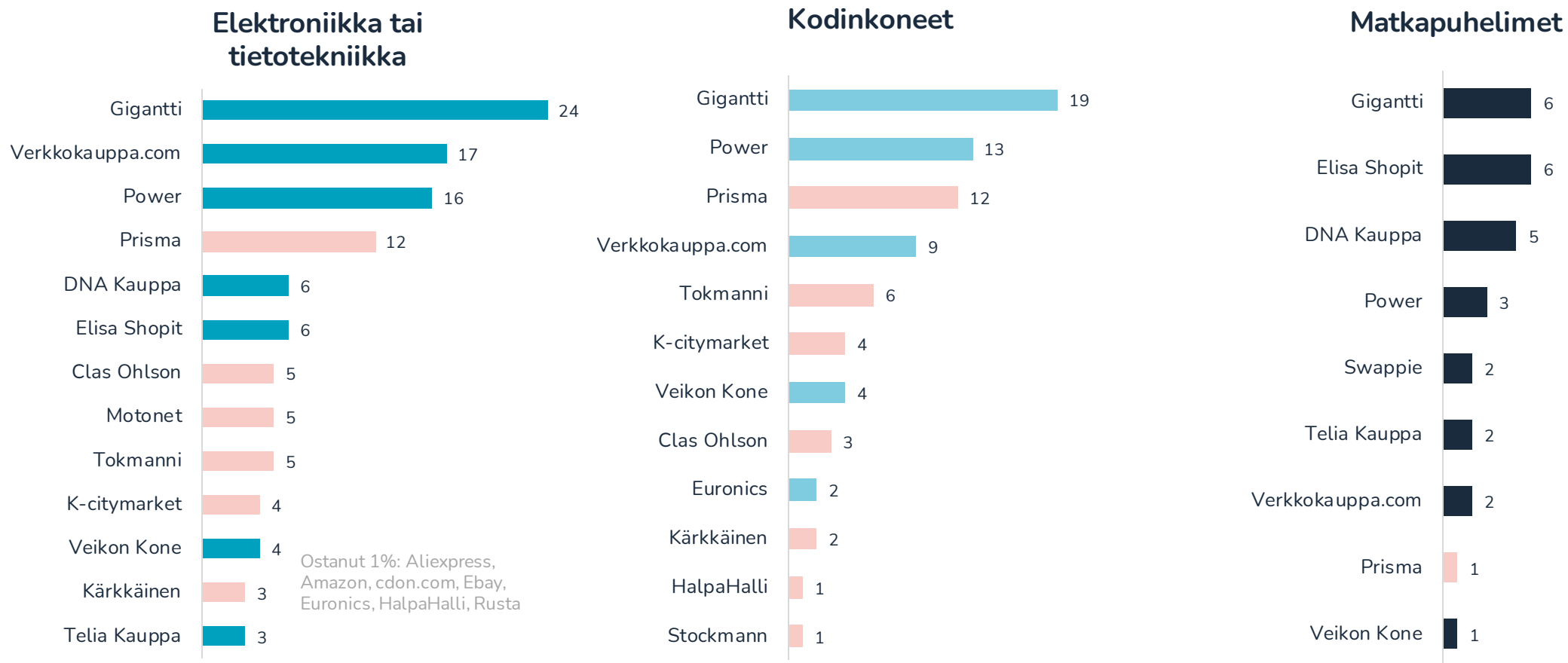
*Ostanut kodin elektroniikkaa tai tietotekniikkaa, kodinkoneita tai matkapuhelimia liikkeestä tai verkkokaupasta

KMT 2023

Kärkimedia

Tuotteiden ostaminen liikkeistä

%, 15+v väestö

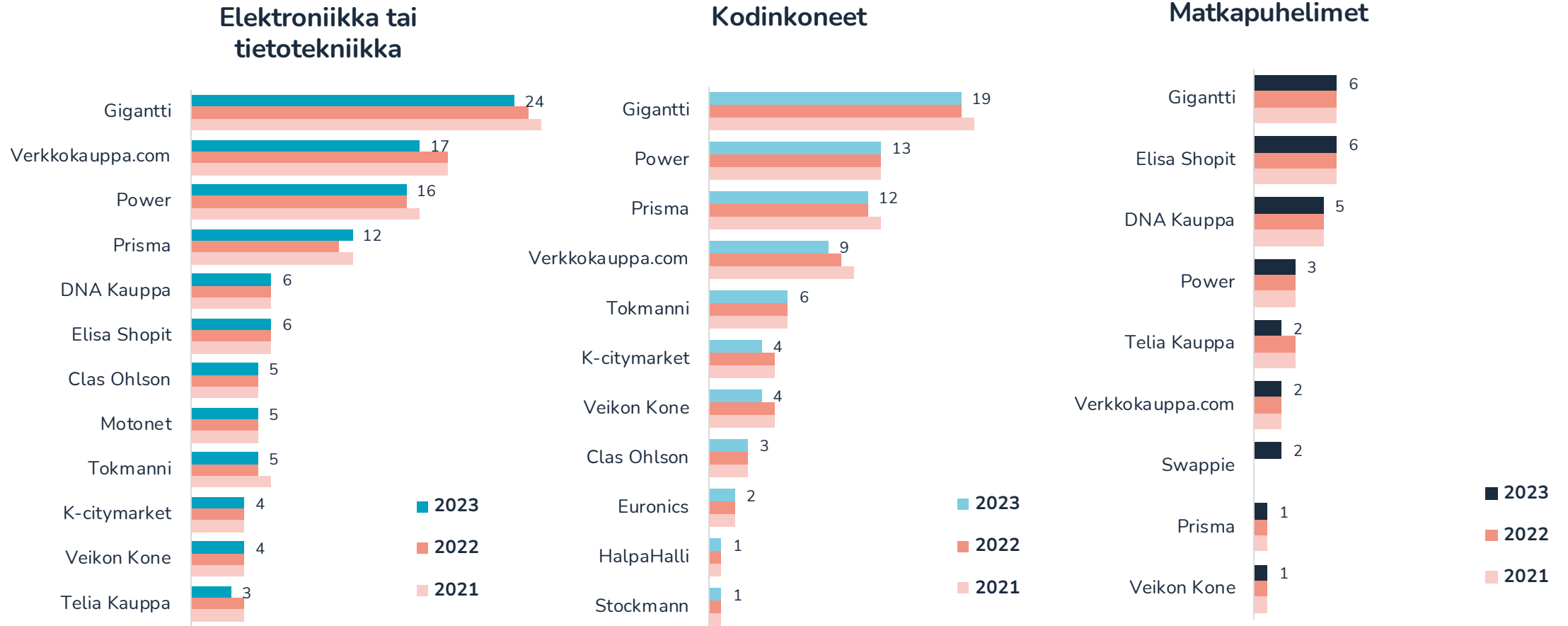


Oletko ostanut kodin elektroniikkaa tai tietotekniikkaa / matkapuhelimia / kodinkoneita viimeisen 12 kk aikana alla olevista liikkeistä tai verkkokaupoista?

KMT 2023

Trendi: Tuotteiden ostaminen liikkeistä

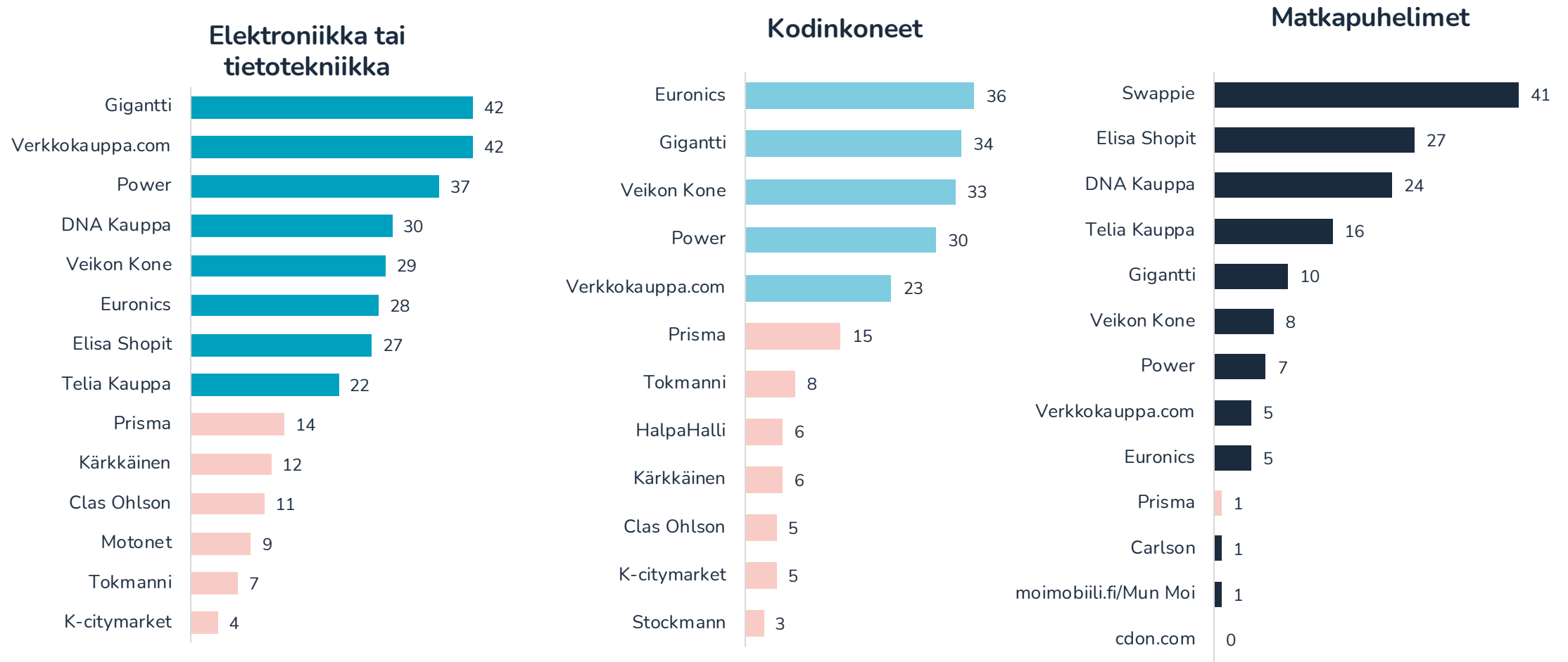
%, 15+v väestö



Oletko ostanut kodin elektroniikkaa tai tietotekniikkaa / matkapuhelimia / kodinkoneita viimeisen 12 kk aikana alla olevista liikkeistä tai verkkokaupoista?

KMT 2023, 2022, 2021

Konversiot asioinnista ostamiseen: kuinka suuri osa asioineista on ostanut?



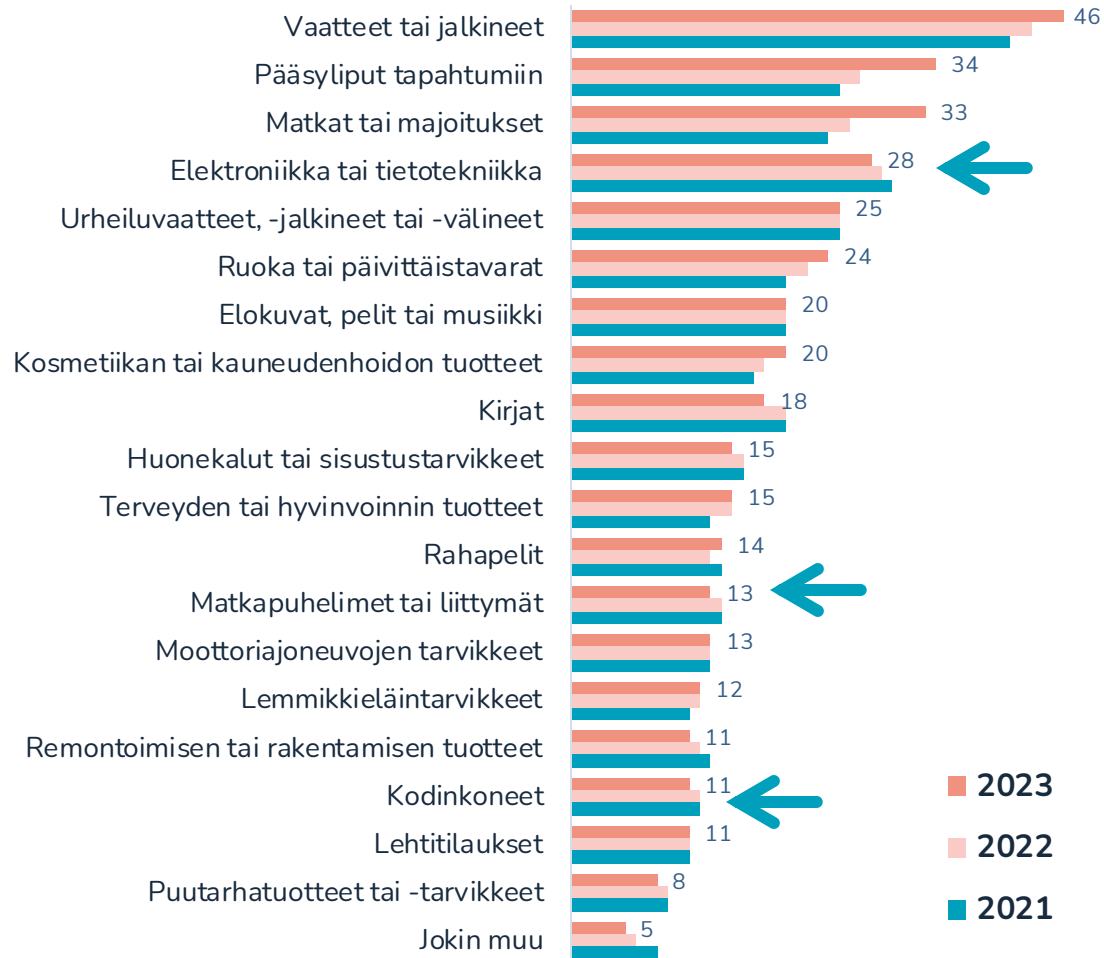
Missä liikkeissä tai verkkokaupoissa olet asioinut 12 kuukauden aikana?

Oletko ostanut kodin elektroniikkaa tai tietotekniikkaa / matkapuhelimia / kodinkoneita viimeisen 12 kk aikana alla olevista liikkeistä tai verkkokaupoista?

Ostaminen verkon kautta

82% on ostanut verkon kautta yrityksiltä tai yksityisiltä

%, 15+v väestö



Kuinka suuri osta ostaneista on ostanut verkon kautta?	2023	2022	2021
Kodinkoneet	23	25	20
Elektroniikka tai tietotekniikka	48	47	42
Vaatteet tai jalkineet	52	51	46
Urheiluvaatteet, -jalkineet tai -välineet	40	41	35
Kosmetiikan tai kauneudenhoidon tuotteet	39	37	29
Matkapuhelimet tai liittymät (matkapuhelimen ostaneista)	32	31	24
Matkat tai majoitukset (matkoja ostaneista)	70	67	40
Huonekalut tai sisustustarvikkeet	30	32	26
Remontoimisen tai rakentamisen tuotteet	24	25	20
Terveysten tai hyvinvoinnin tuotteet	24	22	17

Asioineiden ja ostaneiden profiilit

Kodintekniikkaa ostaneiden ja verkon kautta ostaneiden profiilit

%, 15+v väestö

Missä liikkeissä tai verkkokaupoissa olet
asioinut 12 kuukauden aikana?
KMT 2023

Ostanut kodintekniikkaa/12kk Ostanut kodintekniikkaa verkon kautta/12kk Väestö 15+v

Ostaneissa ja verkon kautta ostaneissa korostuvat miehet alle 50v, suurempituloisissa talouksissa asuvat ja pk-seutu.



Liikkeissä asioineiden demografiat

%, 15+v väestö

Powerissa asioineissa korostuvat nuoret naiset, alle 64-vuotiaat miehet, lapsiperheet ja suurempituloiset taloudet. Alueista korostuvat Pk-seutu ja Oulu.

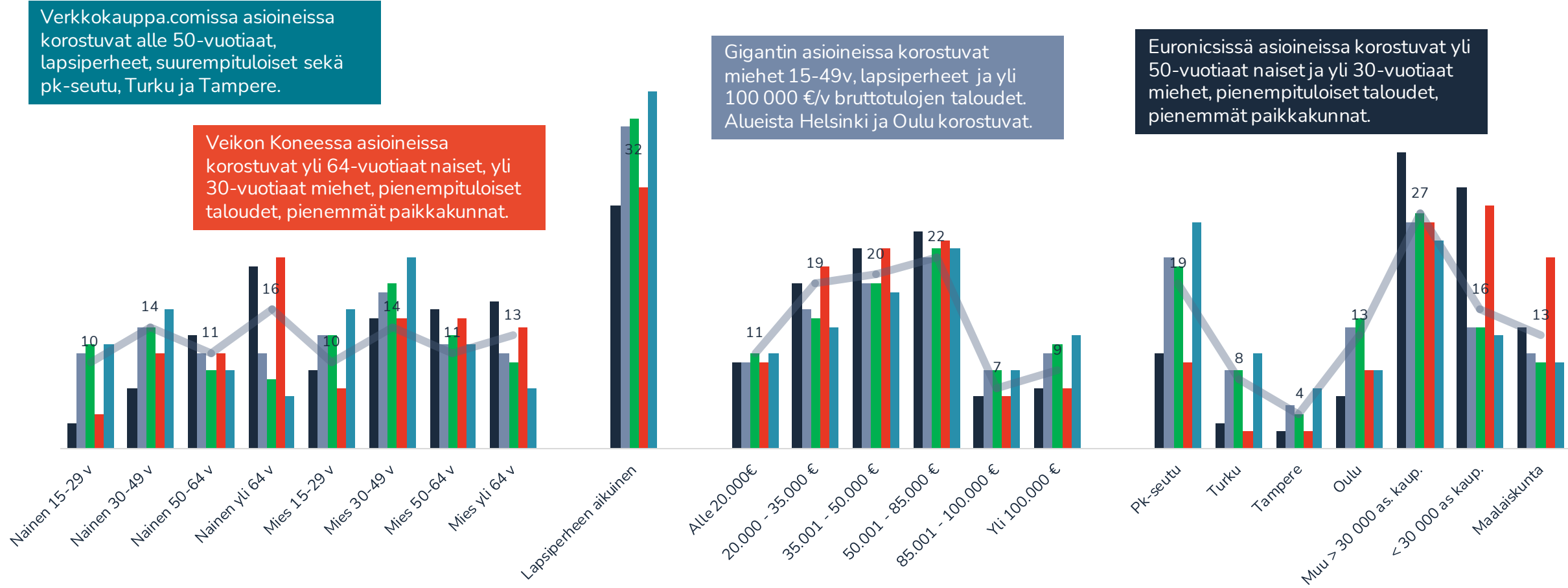
■ Euronics ■ Gigantti ■ Power ■ Veikon Kone ■ Verkkokauppa.com — Väestö 15+v

Verkkokauppa.comissa asioineissa korostuvat alle 50-vuotiaat, lapsiperheet, suurempituloiset sekä pk-seutu, Turku ja Tampere.

Veikon Koneessa asioineissa korostuvat yli 64-vuotiaat naiset, yli 30-vuotiaat miehet, pienempituloiset taloudet, pienemmät paikkakunnat.

Gigantin asioineissa korostuvat miehet 15-49v, lapsiperheet ja yli 100 000 €/v bruttotulojen taloudet. Alueista Helsinki ja Oulu korostuvat.

Euronicsissä asioineissa korostuvat yli 50-vuotiaat naiset ja yli 30-vuotiaat miehet, pienempituloiset taloudet, pienemmät paikkakunnat.



Kodintekniikkaa eri liikkeistä ostaneiden profiilit

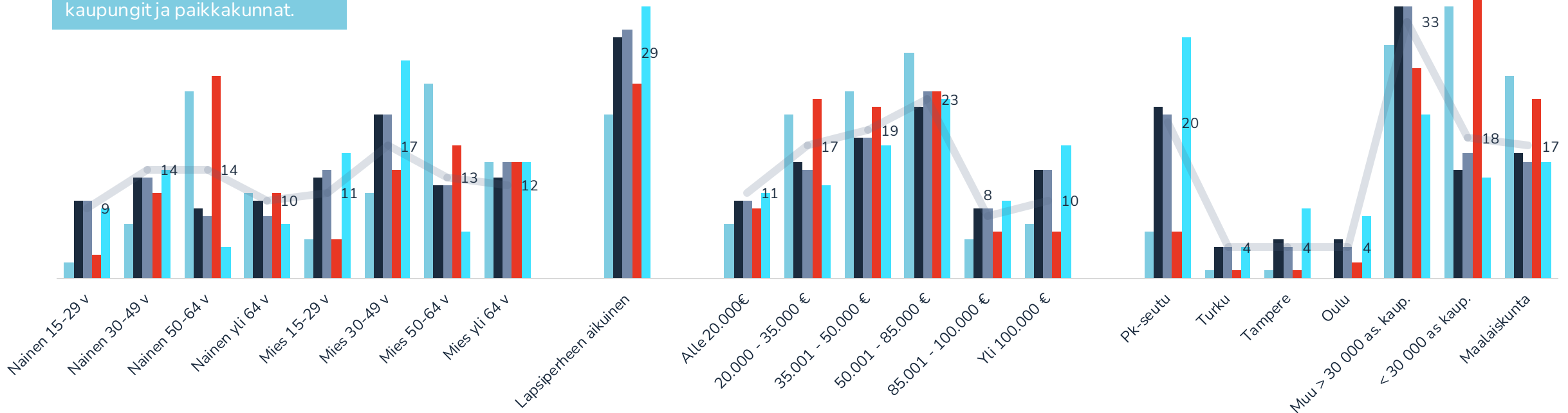
Verkkokauppa.comista ostaneissa korostuvat alle 50-vuotiaat ja yli 64-vuotiaat miehet, lapsiperheet, suurempituloiset taloudet sekä pk-seutu, Tampere ja Oulu.

■ Ostanut kodintekniikkaa Euronicsistä
■ Ostanut kodintekniikkaa Gigantista
■ Ostanut kodintekniikkaa Veikon Koneesta
■ Ostanut kodintekniikkaa Gigantista
■ Ostanut kodintekniikkaa Verkkokauppa.comista
■ Ostanut kodintekniikkaa Powerista
■ Ostanut kodintekniikkaa/12kk

Euronicsistä ostaneissa korostuvat yli 50-64-vuotiaat naiset, yli 50-vuotiaat miehet, pienempituloiset ja pienemmät kaupungit ja paikkakunnat.

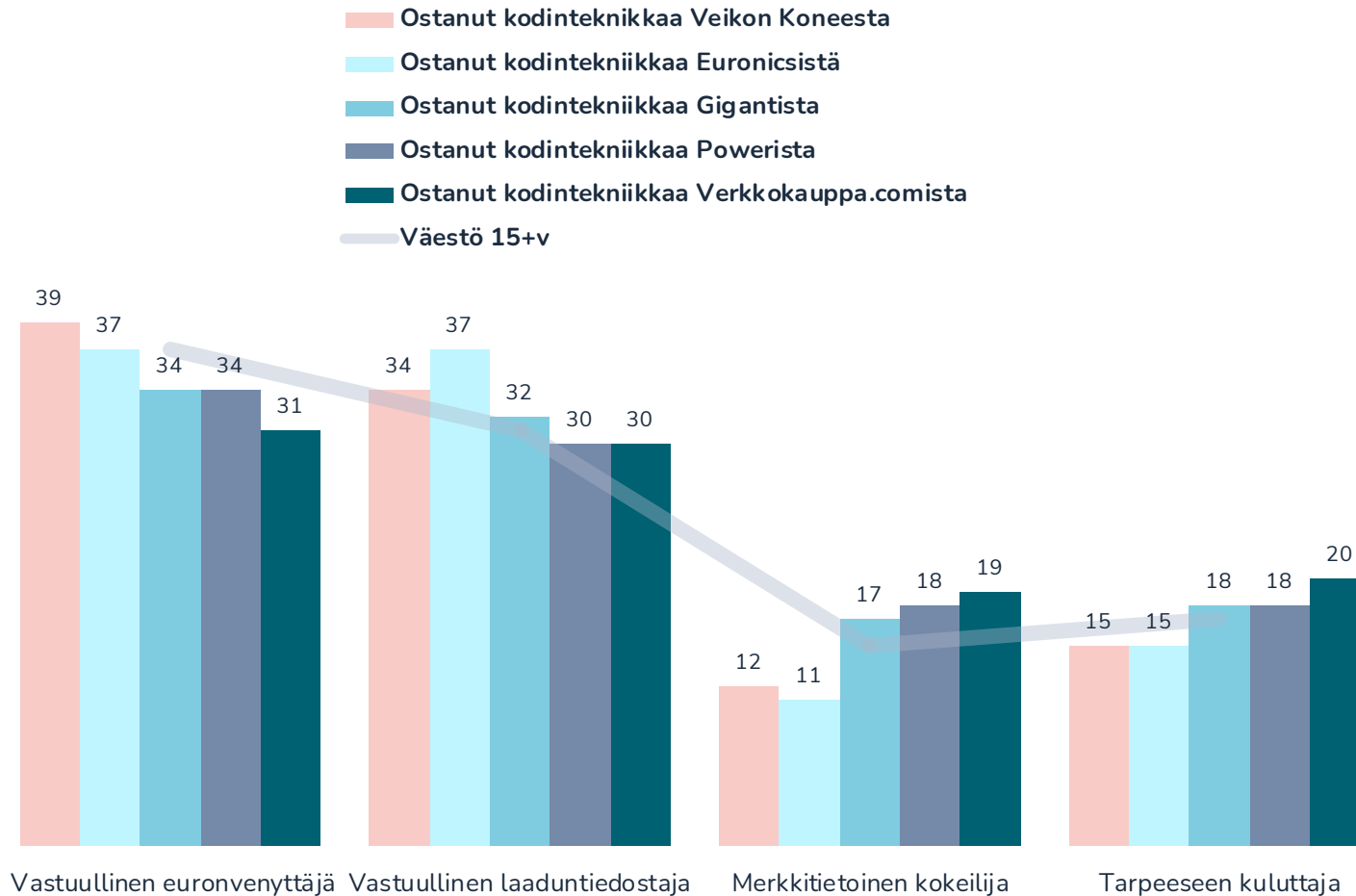
Gigantin ja Powerin ostajien profiilit ovat melko samanlaiset. Alle 50-vuotiaat miehet korostuvat, lapsiperheet ja yli 100 000 €/v bruttotulojen taloudet. Pienemmät kaupungit ja paikkakunnat alikorostuvat

Veikon Koneesta ostaneissa korostuvat yli 50-vuotiaat, pienempituloiset pienemmät paikkakunnat.



Kodintekniikka liikkeistä ostaneet kuluttajasegmenteissä

%, 15+v väestö



Oletko ostanut huonekaluja viimeisen 12 kk aikana alla olevista liikkeistä tai verkkokaupoista KMT 2023?

KMT kuluttajasegmentit:

Vastuullinen euronvenyttäjä:
Vastuullisuus, reiluus ja ekologisuus on tärkeä ostoperuste, kunhan tuote on edullinen.

Vastuullinen laaduntiedostaja:
Hankkii merkituotteen ja on valmis maksamaan siitä, kunhan se on vastuullisesti ja ekologisesti tuotettu.

Merkkietoinen kokeilija:
Ostaa merkituotteen, nauttii shoppailusta ja kokeilee uutuuksia ennakkoluulottomasti.

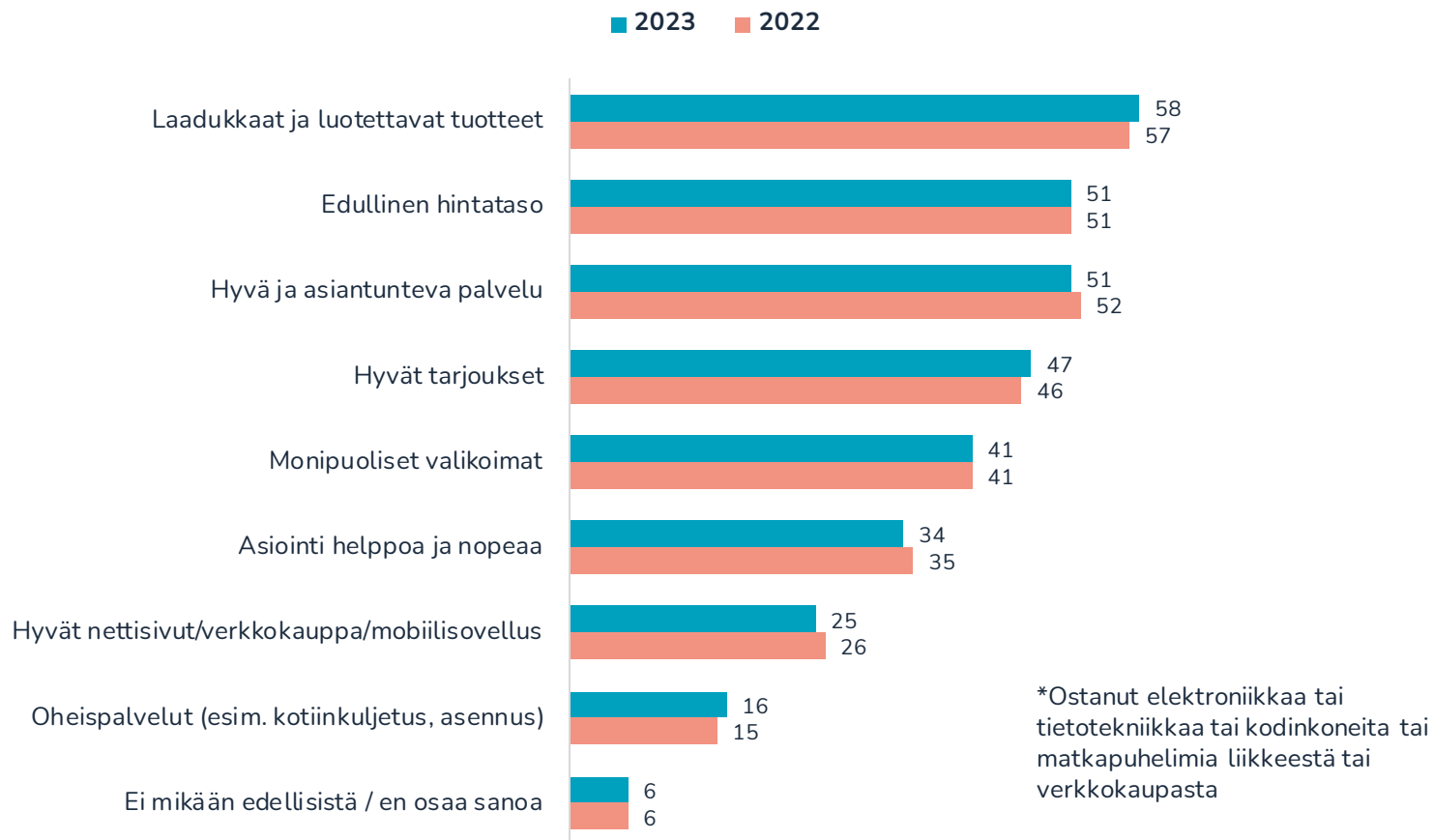
Tarpeeseen kuluttaja:
Kuluttaminen ei niinkään kiinnosta asennetasolla, mutta on aktiivinen käyttämään rahaa siinä missä muutkin.

Ostopaikan valintakriteerit

Mitkä asiat ovat sinulle tärkeitä valitessasi
kodinkoneiden, elektroniikan ja
tietotekniikan ostopaikkaa?

Trendi: Kodinkoneiden, elektroniikan ja tietotekniikan ostopaikan valintakriteerit kodintekniikkaa ostaneilla*

%, väestö 15+v



*Ostanut elektroniikkaa tai tietotekniikkaa tai kodinkoneita tai matkapuhelimia liikkeestä tai verkkokaupasta

Laadukkaat tuotteet, hyvä palvelu ja edullinen hintataso ovat kolme tärkeintä ostopaikan valintakriteeriä. Valintakriteerit eivät ole juurikaan muuttuneet vuoden aikana.

Hyvien tarjousten merkitys on hieman vahvistunut ja hyvän palvelun, asioinnin helppouden ja hyvien verkkosivujen merkitys vähentynyt.

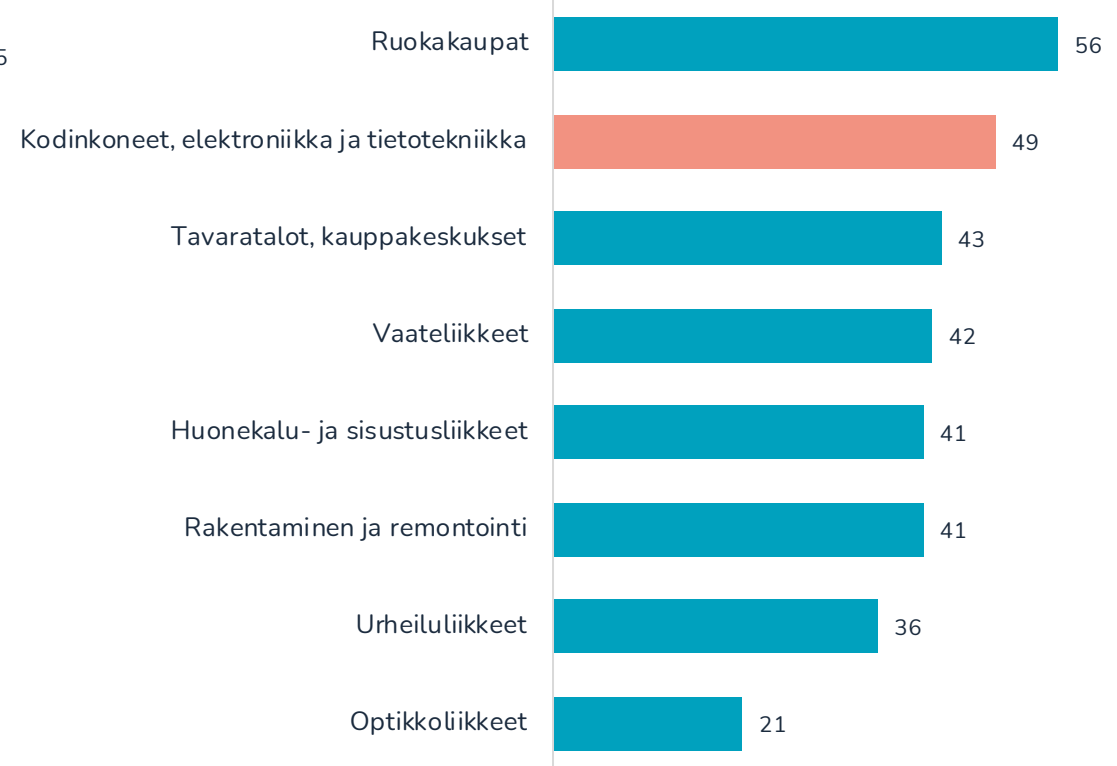
Hyvän palvelun ja edullisten hintojen merkitys ostopaikan valintakriteerinä eri toimialoilla

%, 15+v väestö

Hyvä ja asiantunteva palvelu ostopaikan valintakriteerinä

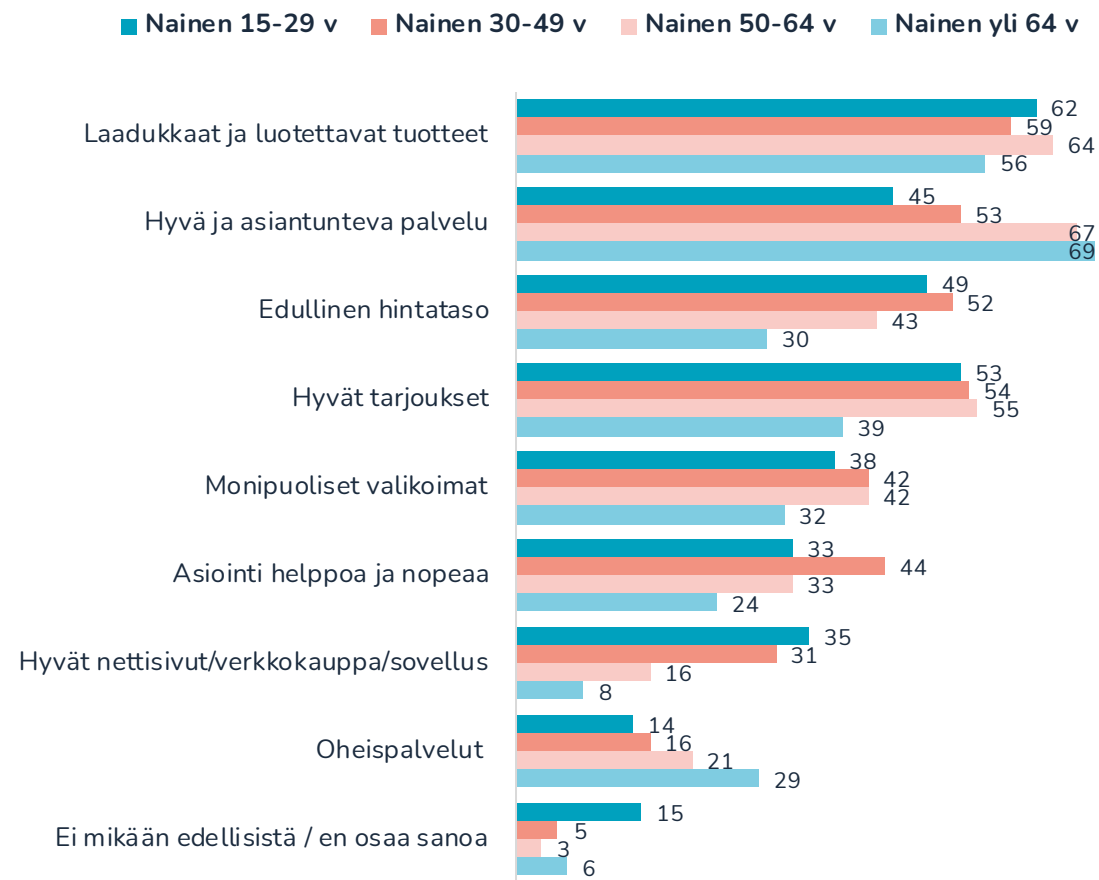


Edullinen hintataso ostopaikan valintakriteerinä



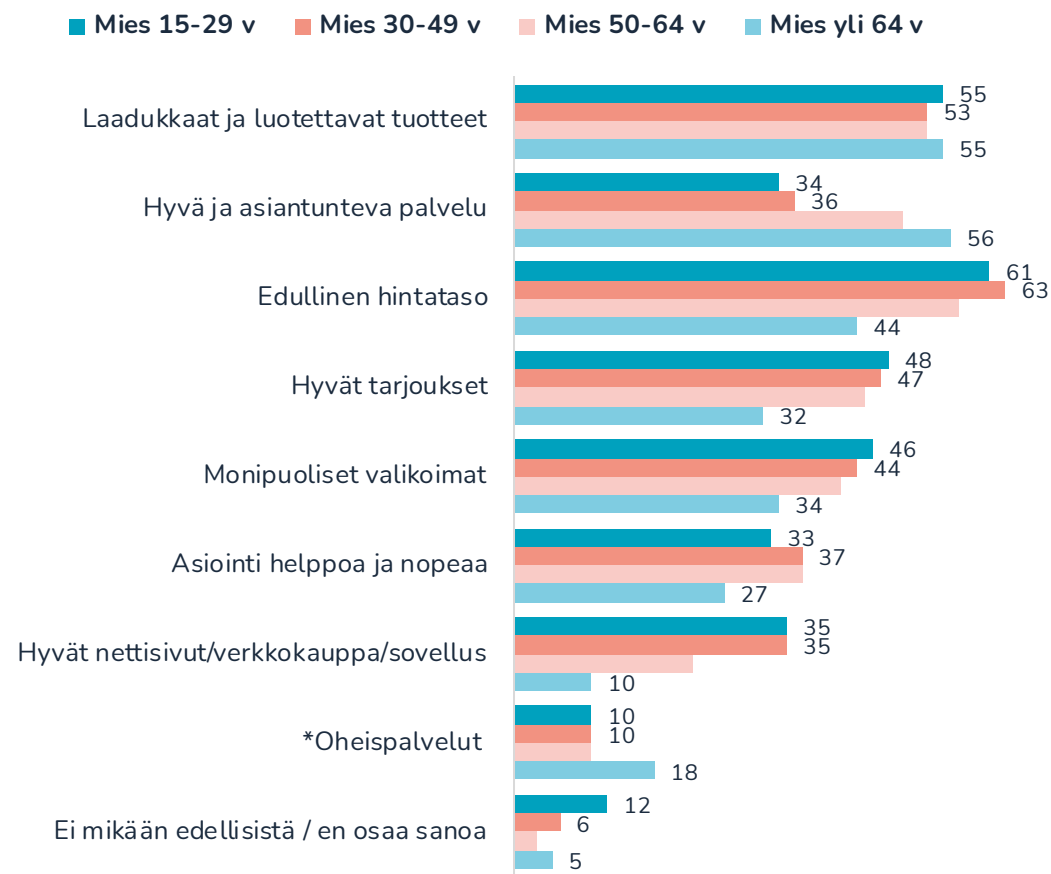
Palvelun tarpeen ja hintojen suhteen ikäryhmät eroavat eniten toisistaan

%, väestö 15+v



Kodinkoneiden, elektroniikan ja tietotekniikan ostopaikan valintakriteerit

%



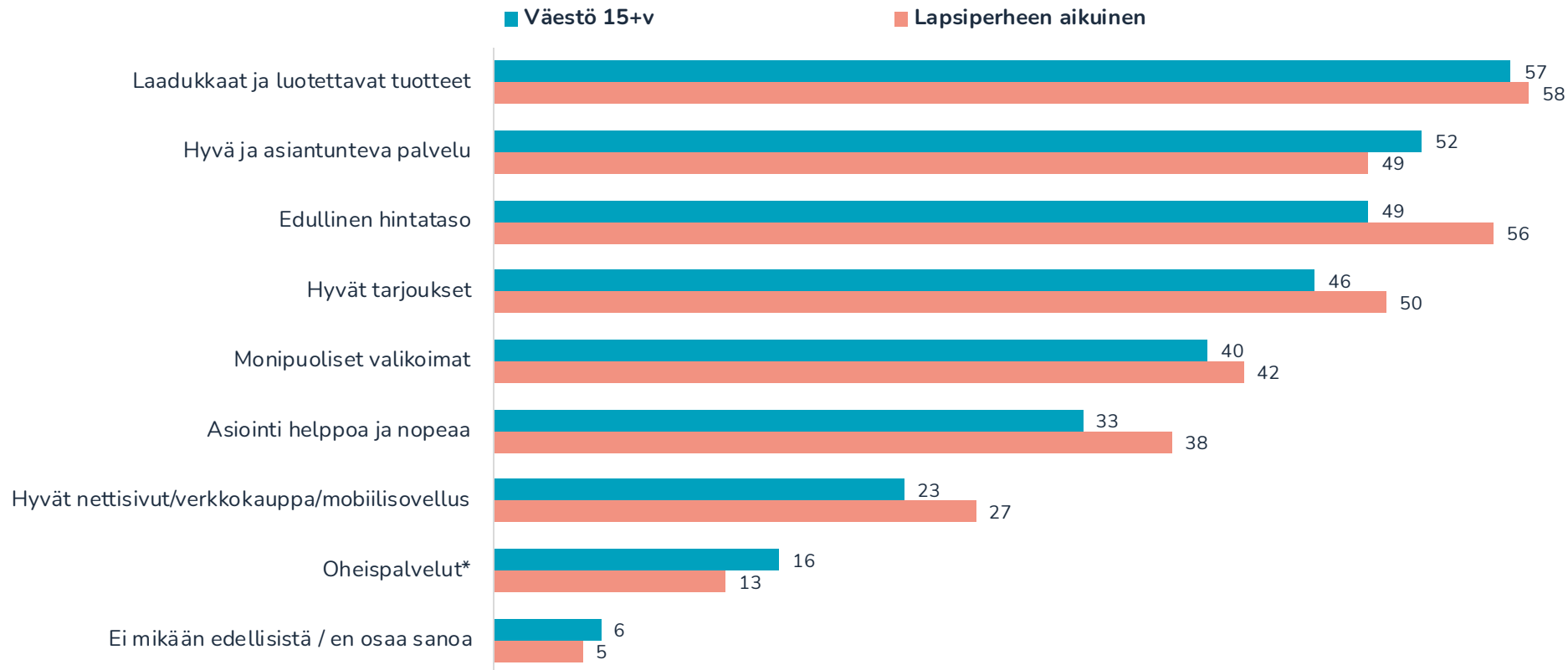
*(esim. kotiinkuljetus, asennus)

Mitkä asiat ovat sinulle tärkeitä valitessasi kodinkoneiden, elektroniikan ja tietotekniikan ostopaikkaa?
KMT 2023

Edulliset hinnat ja helppo, nopea asiointi korostuneen tärkeitä lapsiperheen aikuisille

%, väestö 15+v

Kodinkoneiden, elektroniikan ja tietotekniikan ostopaikan valintakriteerit



*(esim. kotiinkuljetus, asennus)

Mitkä asiat ovat sinulle tärkeitä valitessasi kodinkoneiden, elektroniikan ja tietotekniikan ostopaikkaa?

KMT 2023

Kärkimedialehtien tavoittavuus

Tätä on Kärkimedia: markkina-alueidensa suurimpien sanomalehtien omistama myynti- ja markkinointiorganisaatio

AAMULEHTI **AAMUPOSTI** **ETELÄ-SAIMAA** ETELÄ-SUOMEN SANOMAT
FORSSAN LEHTI  HÄMEEN SANOMAT HELSINGIN SANOMAT **HBL**
Ilkka-Pohjalainen **ITÄ-HÄME** **ITÄ-SAVO** **KAINUUN SANOMAT** **KALEVA**
 **KARJALAINEN** KESKIPOHJANMAA **KESKISUOMALAINEN** **KESKI-UUSIMAA**
KOUVOLAN SANOMAT Kymen Sanomat **Lapin Kansan** **LÄNSI-SAVO**
SATAKUNNAN KANSA Länsi-Suomi  **LÄNSI-UUSIMAA** MAASEUDUN TULEVAISUUS **SALON SEUDUN SANOMAT**
SAVON SANOMAT **SYD-ÖSTERBOTTEN**  **Turun Sanomat**
UUSIMAA **VASABLADET** ÅBO UNDERRÄTTELSENER  **ÖT** ÖSTERBOTTENS TIDNING

Kärkimedia tavoittaa

3,8 miljoonaa viikossa

3,0 miljoonaa päivässä



Sanomalehti on mukana arjen valinnoissa

Oman paikkakunnan media on lukijoilleen tärkeä ja läheinen.

Sanomalehti on jokapäiväinen osa arjen rutiineja, usein aamun ensimmäinen. Lukeminen on keskittynyttä ja säännöllistä.

Sanomalehti takaa mainostajalle säännöllisen tavoittavuuden, hyvät huomioarvot ja lukuarvot mainokselle.

2,5 miljoonaa

kertoo saavansa lehdestä tukea ostopäätöksiin

2,6 miljoonaa

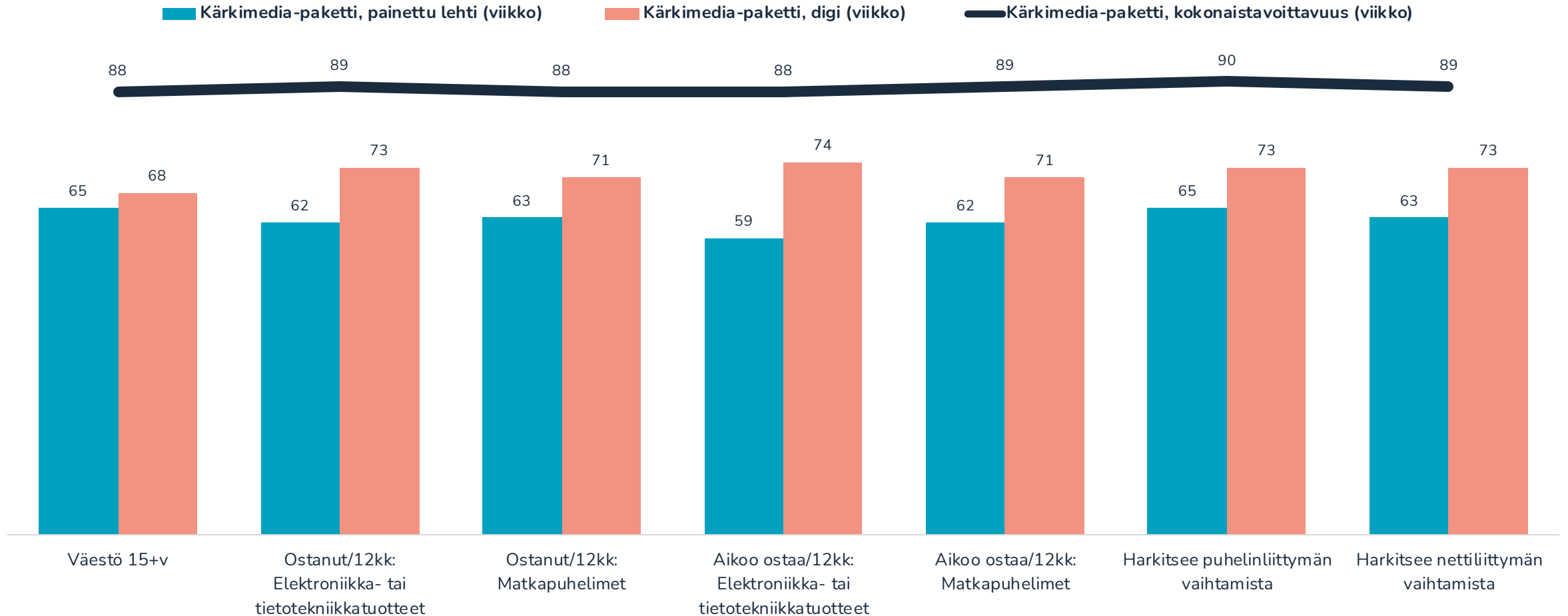
saa sanomalehdestä ideoita lähteä ostoksille tai tapahtumiin

2,1 miljoonaa

saa sanomalehdestä kimmokkeen vierailta yrityksen nettisivuilla

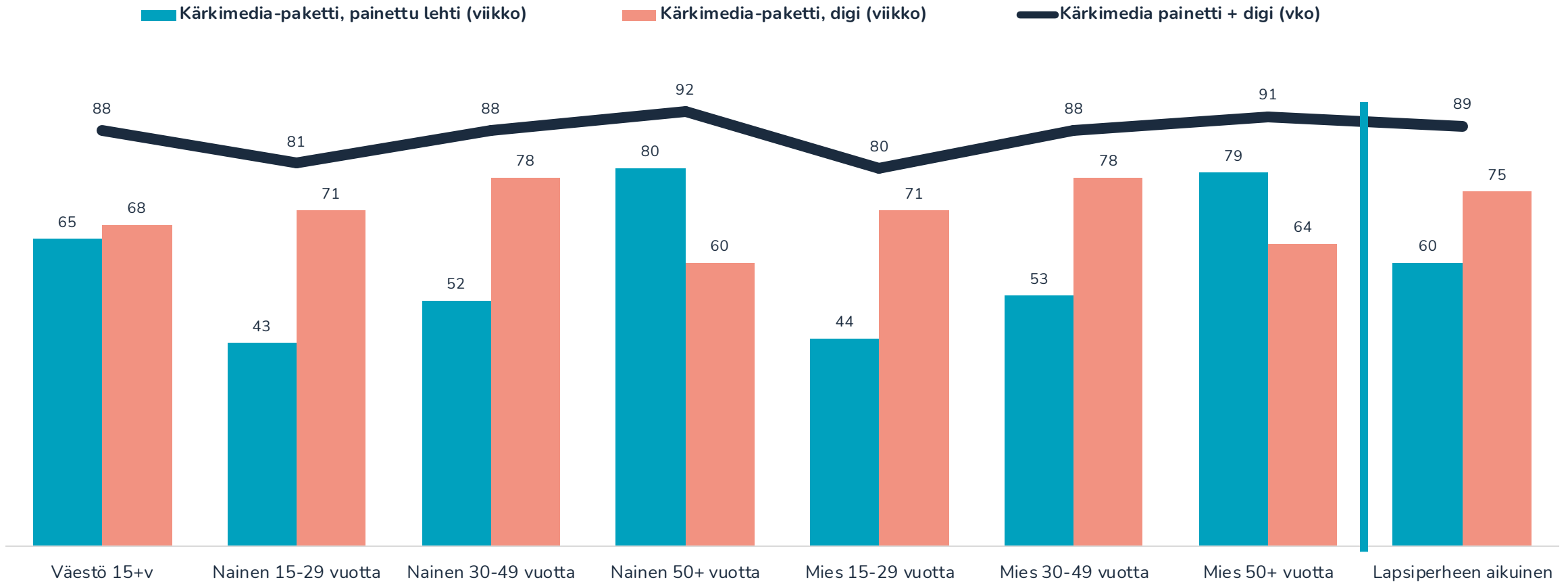
Kärkimedian tavoittavuus kodintekniikan kohderyhmissä

Peitto%



Kärkimedian tavoittavuus sukupuolen ja iän mukaan

Peitto%



Yhteenveto

Kodin elektroniikan, tietotekniikan, kodinkoneiden ja matkapuhelimien kohderyhmään kuuluvat lähes kaikki 15 vuotta täyttäneet.

Ostoaikeita on monilla. Huomattavasti useampi on ostanut tuotteita. Erityisesti matkapuhelinkaupan osalta näkymät ovat myönteiset.

Matkapuhelin ja monet kodintekniikkalaitteet ovat välttämättömyyshyödykkeitä. Kun laite menee rikki, uusi ostetaan pikaisesti tilalle. Kun ostotarve tulee, on tärkeää olla kuluttajien mielissä potentiaalisen ostopaikkana.

Kodinkoneiden, elektroniikan ja tietotekniikan tärkein ostopaikan valintakriteeri on laadukkaat ja luotettavat tuotteet. Laatu ja luotettavuus oli tärkein kriteeri myös viime vuonna.

Edullisen hintatason merkitys on vahvistunut yleisesti ottaen mutta ei kodin tekniikan toimialalla. Tarjoukset sen sijaan ovat tärkeämmässä roolissa kuin viime vuonna.

Kodin tekniikan asioiduimmat ja ostetuimmat ketjut ovat Gigantti, Power ja verkkokauppa.com. Matkapuhelinten kaupassa operaattoreiden liikkeet pärjäävät hyvin, ja niissä on parhaat konversiot. Alueittain tarkasteltuna kilpailutilanteet vaihtelevat.

Useissa elektroniikkaliikkeissä asioineiden määrä on laskenut.

Kodin elektroniikkaa ja tietotekniikkaa ostetaan melko yleisesti verkosta. Kodinkoneita ja matkapuhelimia on sen sijaan ostanut verkosta selvästi harvempi.

Verkosta ostamisen trendi on totaalitasolla laskeva mutta ostaneista yhä suurempi osa on ostanut verkon kautta.

Kodin elektroniikan tärkeä ostopaikan valintakriteeri on hyvä asiantunteva palvelu, jota nimenomaan liikkeistä saa. Kivijalalla on edelleen tärkeä rooli kodintekniikan kaupassa.

Sanomalehtimainonta on hyödyllistä ja mieluisaa Kärkimedialehtien lukijoille. Mainontaa hyödynnetään ostopäätöksissä.

Kärkimedia tavoittaa noin 90% toimialan kohderyhmistä.

Monikanavaisuus on tärkeää huomioida tavoittavuuden maksimoimiseksi. Mainonnan toisto myös lisää sen tehoa.

Kärkimedia

Lisätietoja

marja-leena.harju@karkimedia.fi