



Our Mobile Planet: Suomi

Mobiilikuluttajan ymmärtäminen

Toukokuu 2012



Ipsos OTX MediaCT
The Media, Content and Technology Research Specialists

Yhteenveto



Älypuhelimista on tullut erottamaton osa päivittäistä elämäämme. Älypuhelimien omistaa nyt 38% ihmisistä, ja älypuhelimien käyttäjät tukeutuvat laitteisiinsa aiempaa enemmän. 44% käyttää Internetiä päivittäin älypuhelimellaan, eikä suurin osa jätä sitä koskaan kotiin. **Johtopäätös:** yritykset, jotka tekevät mobiililaitteista keskeisen osan strategiaansa, hyötyvät mahdollisuudesta tavoittaa uudenlaisia kuluttajia, jotka ovat jatkuvasti linjoilla.



Älypuhelimet ovat muuttaneet kuluttajien käyttäytymistä. Mobiilihakua, videoita, sovelluksia ja sosiaalista mediaa käytetään erittäin runsaasti. Älypuhelimien käyttäjät hyödyntävät useita medioita samanaikaisesti: 75% käyttää puhelintaan tehdessään muita asioita, esimerkiksi katsoessaan TV:tä (44%). **Johtopäätös:** laajentamalla markkinointistrategioita mobiililaitteisiin sekä kehittämällä integroituja monimediakampanjoita on mahdollista tavoittaa tehokkaammin tämän päivän kuluttajia.



Älypuhelimet auttavat käyttäjiä suunnistamaan maailmassa. Älypuhelinpalveluissa näkyminen on ratkaisevan tärkeää paikallisille yrityksille. 90% älypuhelimien käyttäjistä etsii paikallisia tietoja puhelimellaan ja 87% ryhtyy tämän seurauksena toimiin, esimerkiksi tekee ostoksen tai ottaa yhteyttä yritykseen. **Johtopäätös:** kuluttajien on helppo ottaa yrityksiin suoraan yhteyttä, jos ne huolehtivat siitä, että klikattavissa olevat puhelinnumerot näkyvät paikallisissa tuloksissa ja että ne hyödyntävät mobiililaitteiden sijaintiin perustuvia palveluja.



Älypuhelimet ovat muuttaneet kuluttajien tapaa tehdä ostoksia. Älypuhelimet ovat keskeisiä työkaluja ostosten tekemisessä: 73% on tutkinut tuotetta tai palvelua laitteellaan. Älypuhelimella tehdyt tutkimukset vaikuttavat ostajien päätöksiin ja ostoksiin kanavasta riippumatta. 23% älypuhelimien käyttäjistä on tehnyt ostoksen puhelimellaan. **Johtopäätös:** mobiililaitteille optimoitu sivusto on ratkaisevan tärkeässä asemassa, ja monikanavastrategiaa tarvitaan ohjaamaan kuluttajia ostoksen luokse monia eri reittejä pitkin.



Älypuhelimet auttavat mainostajia luomaan yhteyksiä kuluttajiin. 91% älypuhelimien käyttäjistä kiinnittää huomiota mobiilimainoksiin. Älypuhelimet ovat myös perinteisen mainonnan kannalta ratkaisevia, sillä 62% on hakenut tietoa älypuhelimellaan nähtyään mainoksen muualla kuin verkossa. **Johtopäätös:** mobiilimainokset osana integroitua markkinointistrategiaa voivat tavoittaa kuluttajat paremmin.

Mobiilikuluttajan ymmärtäminen

Tämän kyselytutkimuksen tavoitteena on ymmärtää, kuinka kuluttajat käyttävät Internetiä älypuhelimillaan

Tarkemmin sanottuna:

- Tietoja ja lukuja älypuhelimien omaksumisesta ja käytöstä
- Internetin käyttö yleensä, haut, videot, sosiaalinen media, mobiilimainonta ja m-kauppakäyttäytyminen älypuhelimilla.
- Tämä maaraportti on osa globaalia älypuhelimetutkimusta, joka on toteutettu useissa maissa. Osoitteesta OurMobilePlanet.com löydät lisätietoja ja -tietoja aiheesta.



Kuinka älypuhelimia käytetään **päivittäisessä elämässä?**



Kuinka kuluttajat **tekevät monia asioita samanaikaisesti** älypuhelimillaan?



Mitä **toimintoja** kuluttajat suorittavat älypuhelimillaan?



Mikä rooli älypuhelimilla on **ostoprosessissa?**



Millä tavoin kuluttajat reagoivat **mainoksiin** verkon ulkopuolella ja mobiililaitteissa?

Sisältö

- 1** Älypuhelimet ovat erottamaton osa päivittäistä elämää

- 2** Älypuhelimet ovat muuttaneet kuluttajien käyttäytymistä

- 3** Älypuhelimet auttavat käyttäjiä suunnistamaan maailmassa

- 4** Älypuhelimet ovat muuttaneet kuluttajien tapaa tehdä ostoksia

- 5** Älypuhelimet auttavat mainostajia luomaan yhteyksiä kuluttajiin

ÄLYPUHELIMET
OVAT EROTTAMATON
OSA PÄIVITÄISTÄ ELÄMÄÄ



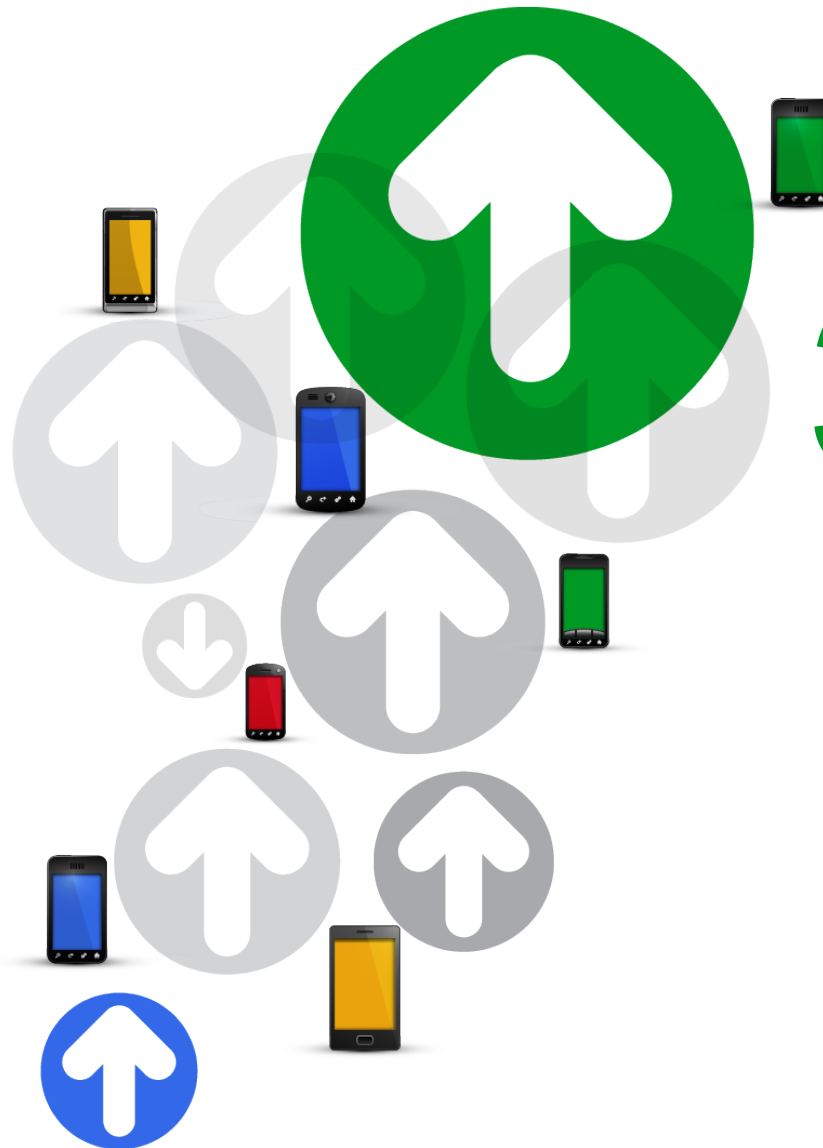
Älypuhelimien levinneisyys on kasvussa

29%

K1 2011

38%

K1 2012



Älypuhelimet ovat keskeinen osa päivittäistä elämäämme

44%

on käyttänyt älypuhelintaan joka päivä viimeisen 7 päivän kuluessa

Joukko: Yksityiset älypuhelimien käyttäjät, jotka yleisesti ottaen käyttävät Internetiä. Älypuhelin n = 1 000
K18: Kun mietit viimeistä seitsemää päivää, kuinka monena päivänä olit verkossa

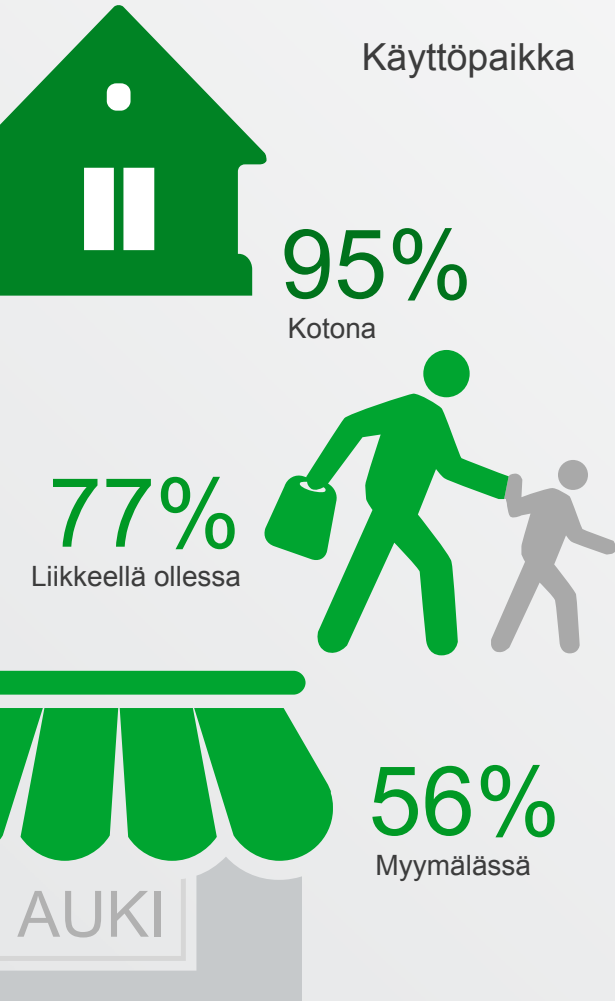
Älypuhelimet ovat aina päällä ja kulkevat aina mukana

59%

ei lähde kotoa
ilman laitettaan

Joukko: Yksityiset älypuhelimien käyttäjät, jotka yleisesti ottaen käyttävät Internetiä. Älypuhelin n = 1 000
K52: Missä määrin olet samaa mieltä näiden väittämien kanssa?, Top2-laatikot; asteikko 5 – täysin samaa mieltä, 1 – täysin eri mieltä. "En lähde kotoa ilman älypuhelimiani"

Älypuhelimia käytetään kaikkialla



Mahdollistaa käyttäjille jatkuvan yhteyden



55%

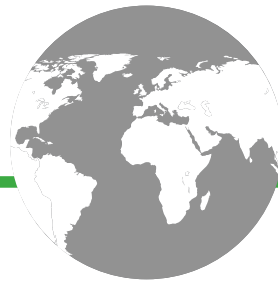
käyttää Internetiä
älypuhelimillaan
vähintään kerran
päivässä



Älypuhelimien käytön arvioidaan lisääntyvän

18%

arvioi käyttävänsä
tulevaisuudessa
Internetiä
älypuhelimellaan
enemmän kuin
nykyään



Älypuhelimista on tullut kuluttajille niin tärkeitä, että...

20%

luopuisi mieluummin
TV:stä kuin älypuhelimestaan



ÄLYPUHELIMET
OVAT MUUTTANEET
**KULUTTAJIEN
KÄYTTÄYTYMISTÄ**



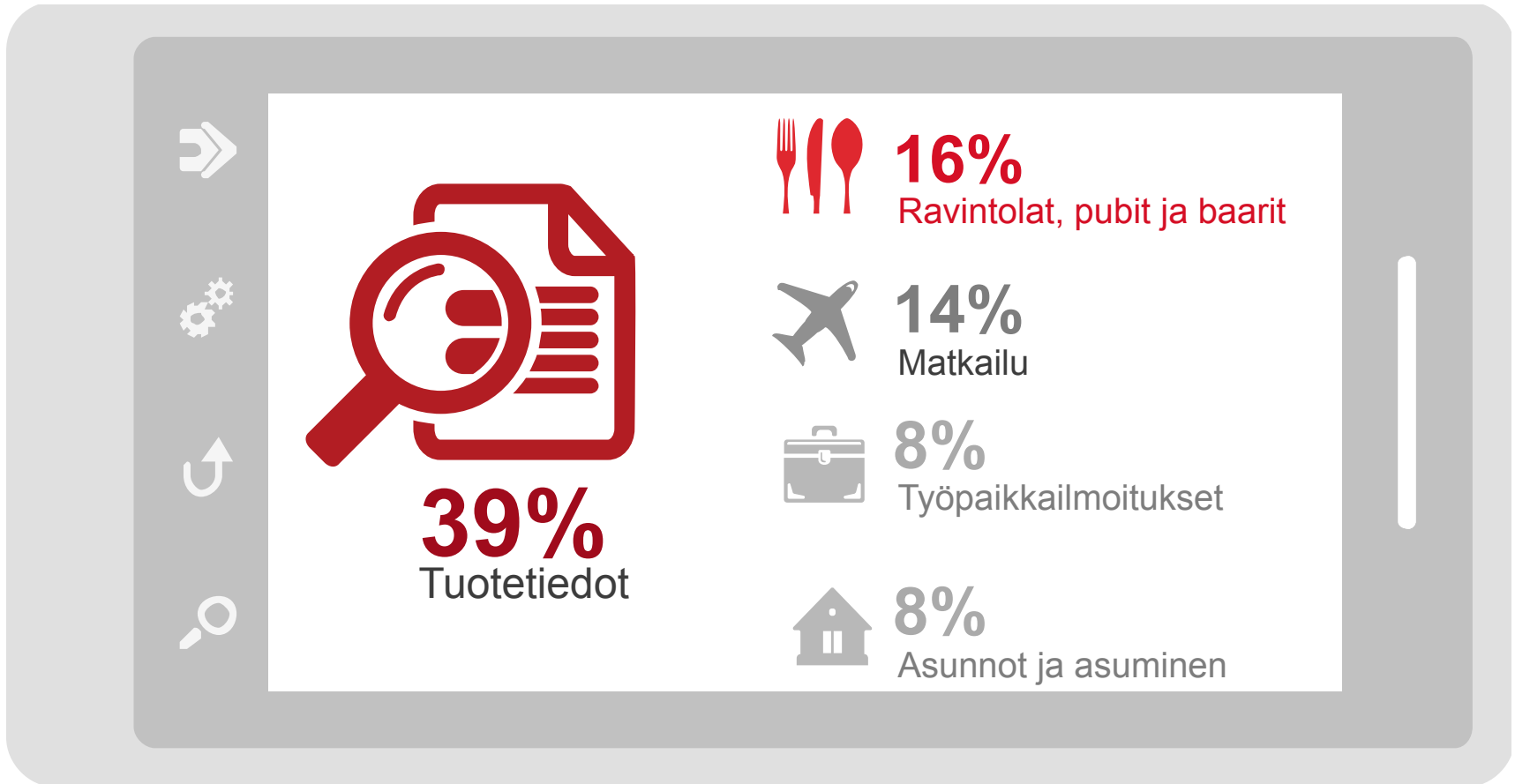
**Älypuhelimia
käytetään
hyvin yleisesti
tiedonhakuun**



32%

tekee hakuja
älypuhelimellaan
joka päivä

Älypuhelimet antavat tietoa päivittäiseen elämäämme



Älypuhelimet ovat portaali monenlaisiin toimintoihin



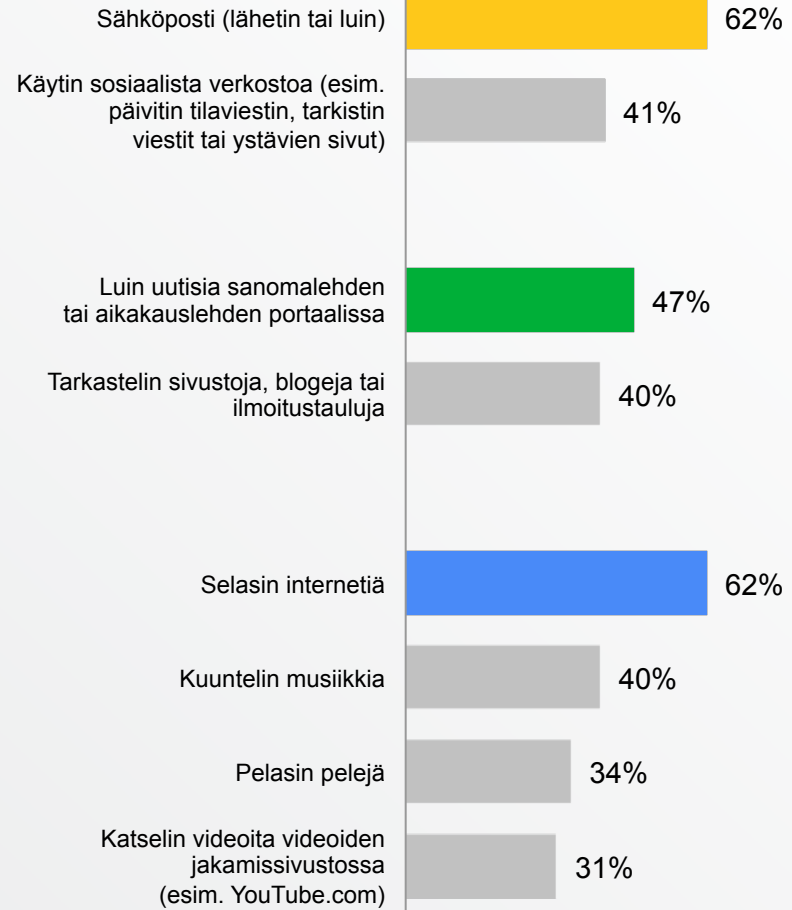
71%
Viestintä



60%
Pysy perillä
asioista



75%
Viihde



Sovelluksia käytetään kaikkialla



17 asennettuja
sovelluksia
keskimäärin

6 sovellusta käytetty
viim. 30 p. aikana

3 maksettua sovellusta
asennettu keskimäärin

Joukko: Yksityiset älypuhelinin käyttäjät, jotka yleisesti ottaen käyttävät Internetiä. Älypuhelin n = 1 000

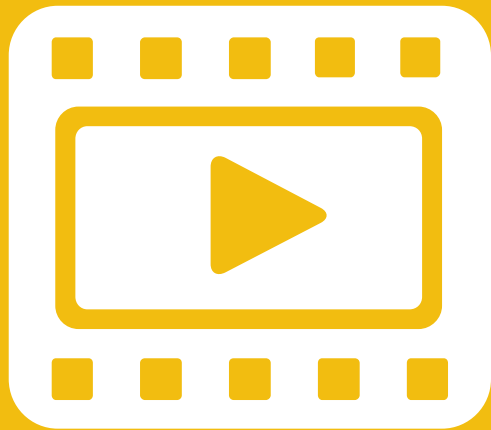
K24: Kuinka monta sovellusta sinulla on tällä hetkellä älypuhelimessasi?

Joukko: Yksityiset älypuhelinin käyttäjät, jotka yleisesti ottaen käyttävät Internetiä ja joilla on vähintään yksi sovellus älypuhelimessaan, n = 990

K25: Kuinka monta älypuhelimieasi asennettua sovellusta olet käyttänyt aktiivisesti viimeisen 30 päivän aikana?

Q26: Kuinka monta älypuhelimieasi asennettua sovellusta olet ostanut sovelluskaupasta?

Älypuhelinien käyttäjät katsovat runsaasti videoita



CLICK TO WATCH VIDEO

66%

katsoo videoita

8%

käyttää videotoimintoja vähintään kerran päivässä

Älypuhelinten käyttäjät käyttävät usein sosiaalista mediaa

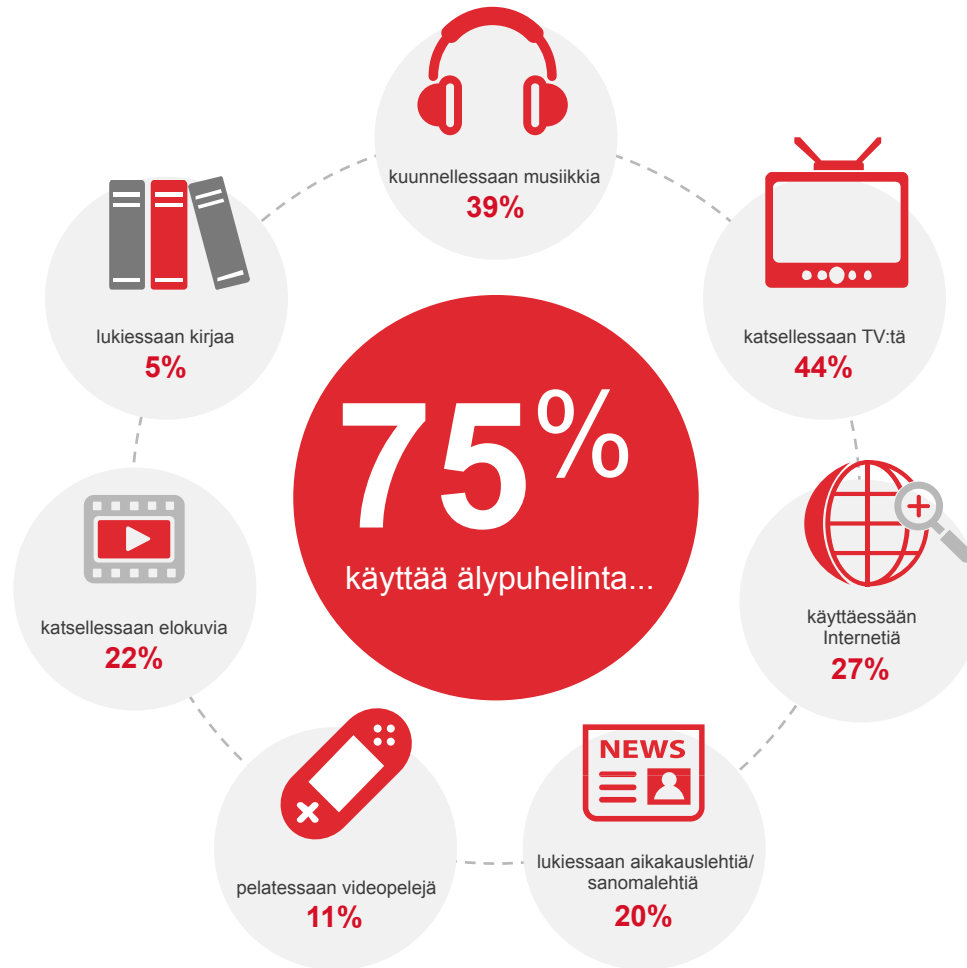
71%

käyttää sosiaalista mediaa

30%

käyttää vähintään kerran päivässä

Älypuhelimia käytetään samanaikaisesti muun median kanssa



Joukko: Yksityiset älypuhelimien omistajat, jotka yleisesti ottaen käyttävät Internetiä ja jotka olivat verkossa edellisen päivän aikana älypuhelimellaan. Älypuhelin n = 656

K22: Kun käytät Internetiä älypuhelimellasi, teetkö jotain seuraavista samanaikaisesti?

ÄLYPUHELIMET
AUTTAVAT KÄYTTÄJIÄ
SUUNNISTAMAAN
YMPÄRÖIVÄSSÄ
MAAILMASSA



Paikallisen tiedon etsiminen on yleinen älypuhelimien käyttötapa



43%

Etsii paikallista tietoa vähintään **kerran viikossa**



12%

Etsii paikallista tietoa **päivittäin**

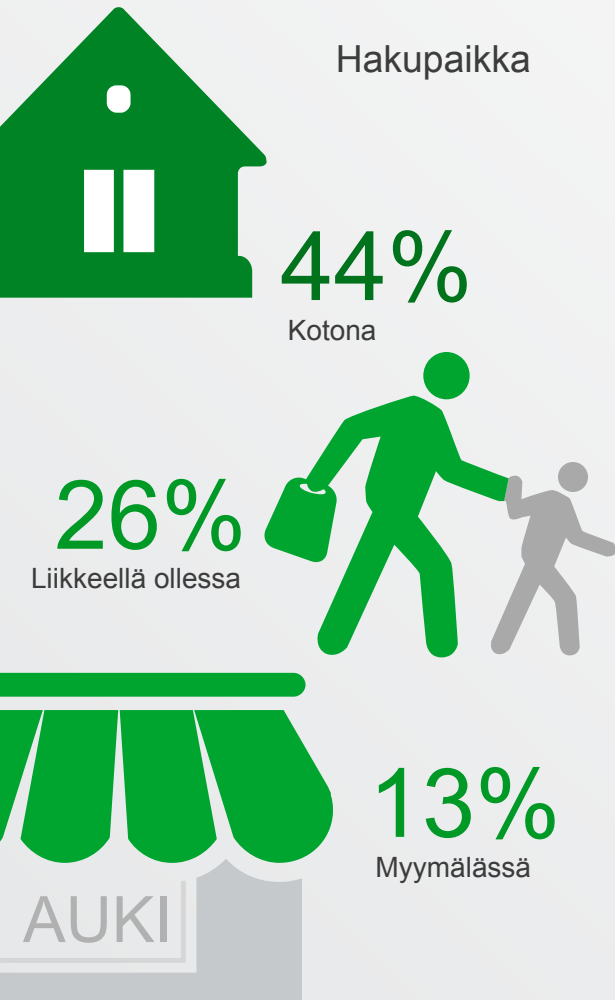
Paikallista tietoa etsivät ryhtyvät toimiin



**ÄLYPUHELIMET
MUUTTAVAT KULUTTAJIEN
TAPAA TEHDÄ OSTOKSIA**



Älypuhelinten avulla käyttäjät voivat tutkia tuotteita missä ja milloin vain



73%

on tutkinut
tuotetta tai palvelua
puhelimellaan

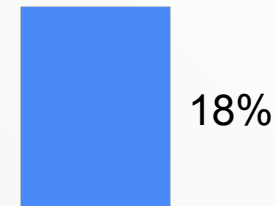


Joukko: Yksityiset älypuhelimien käyttäjät, jotka yleisesti ottaen käyttävät Internetiä. Älypuhelin n = 1 000
Q51a: Ja missä olit, kun tutkit tuotteita tai palveluja älypuhelimellasi?

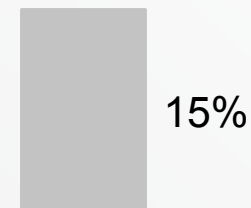
Älypuhelimet ovat ensisijaisia apulaisiamme ostoksia tehdessä



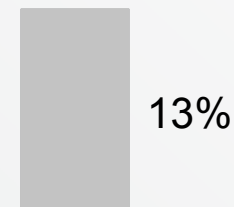
Pidän tietoisesti älypuhelimta mukana **hintavertailuja ja tuotetietojen etsimistä varten.**



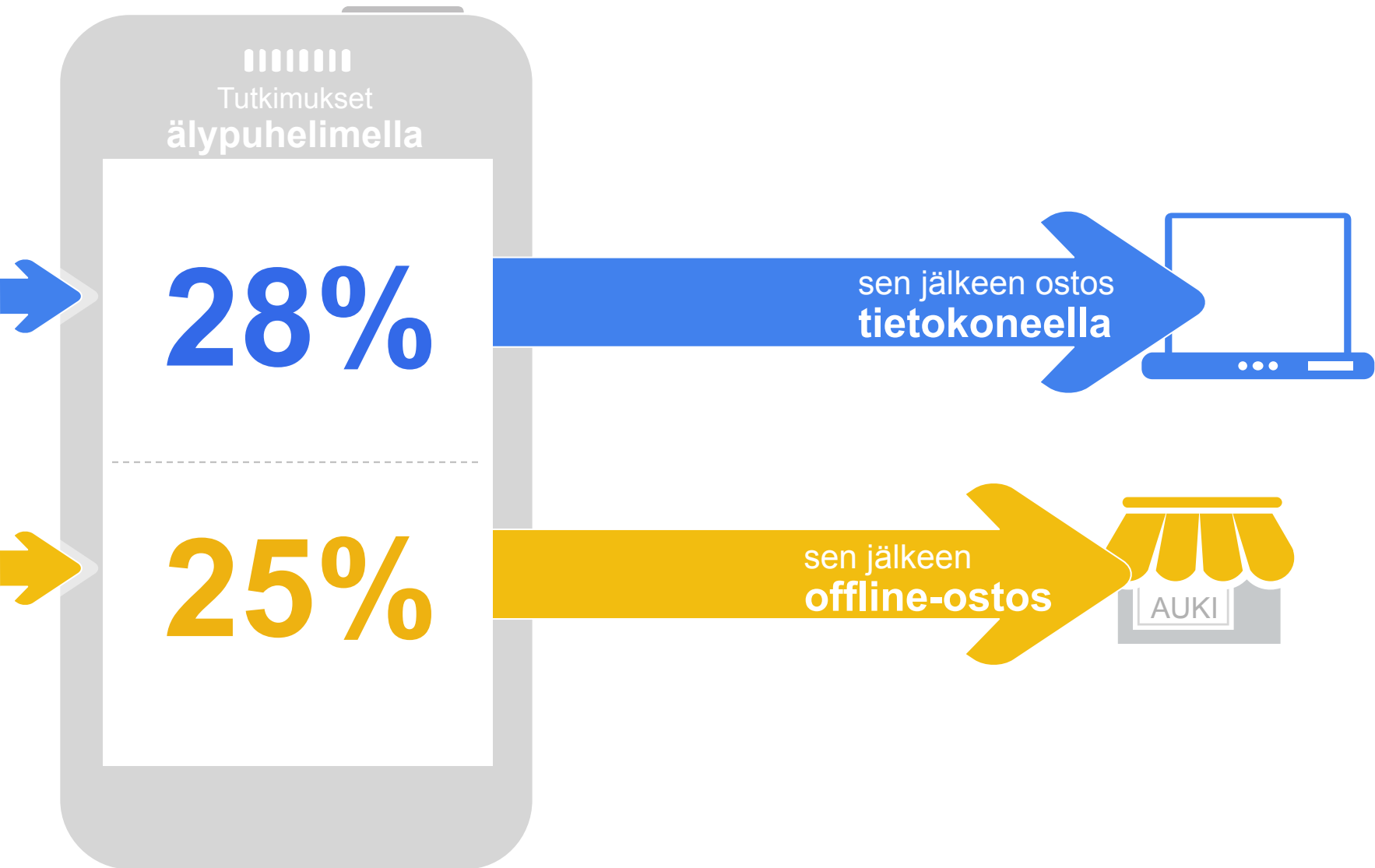
Olen muuttanut mieltäni **tuotteen tai palvelun ostamisesta myymälässä** älypuhelimella hakemieni tietojen perusteella.



Olen muuttanut mieltäni **tuotteen tai palvelun ostamisesta verkosta** älypuhelimella hakemieni tietojen perusteella. Asenne mobiilimainontaan.



Älypuhelimella alkavat tutkimukset johtavat ostoksiin kaikissa kanavissa



Älypuhelinten käyttö ostoksiin on kasvussa



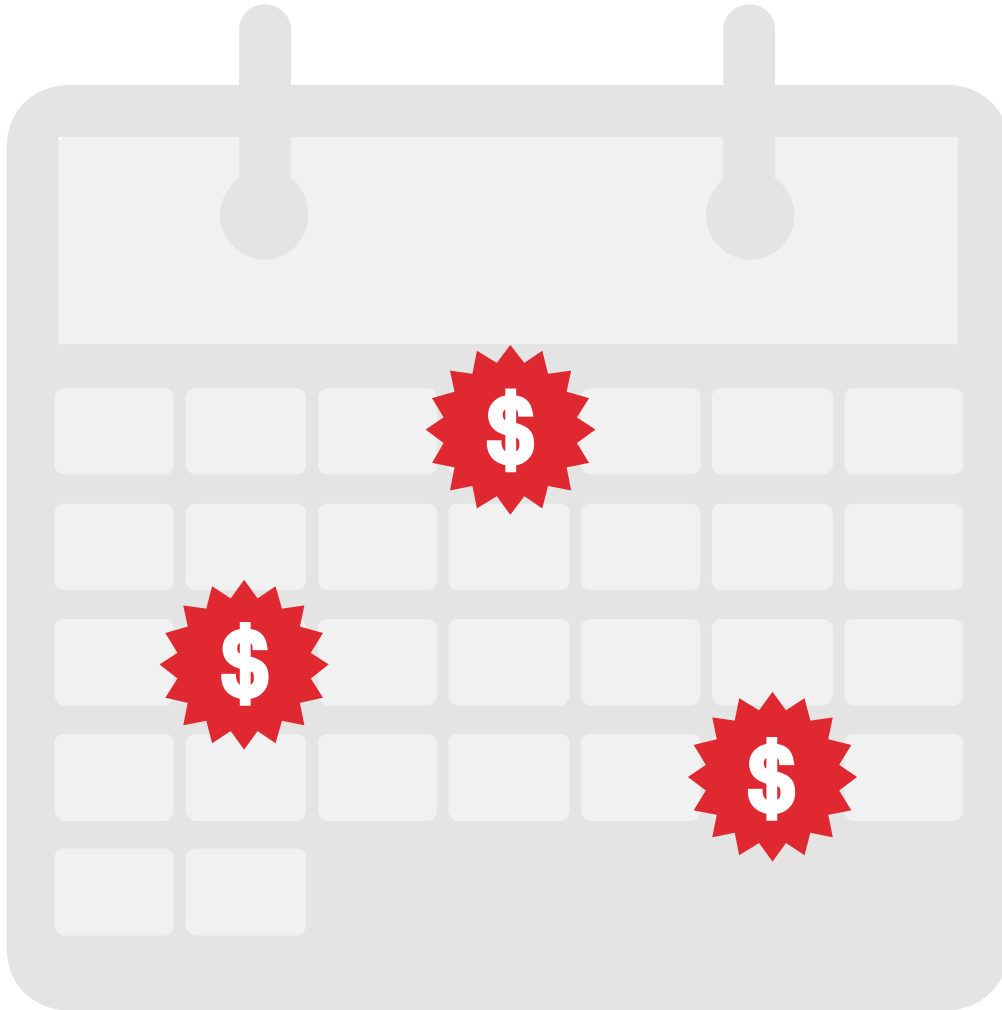
23%

älypuhelimen käyttäjistä
on ostanut tuotteen
tai palvelun älypuhelimellaan

42%

näistä älypuhelimella
ostajista on tehnyt ostoksen
viimeisen kuukauden aikana

Älypuhelimella ostajat tekevät ostoksia usein



36%

tekee mobiiliostoksia
vähintään kerran
kuukaudessa

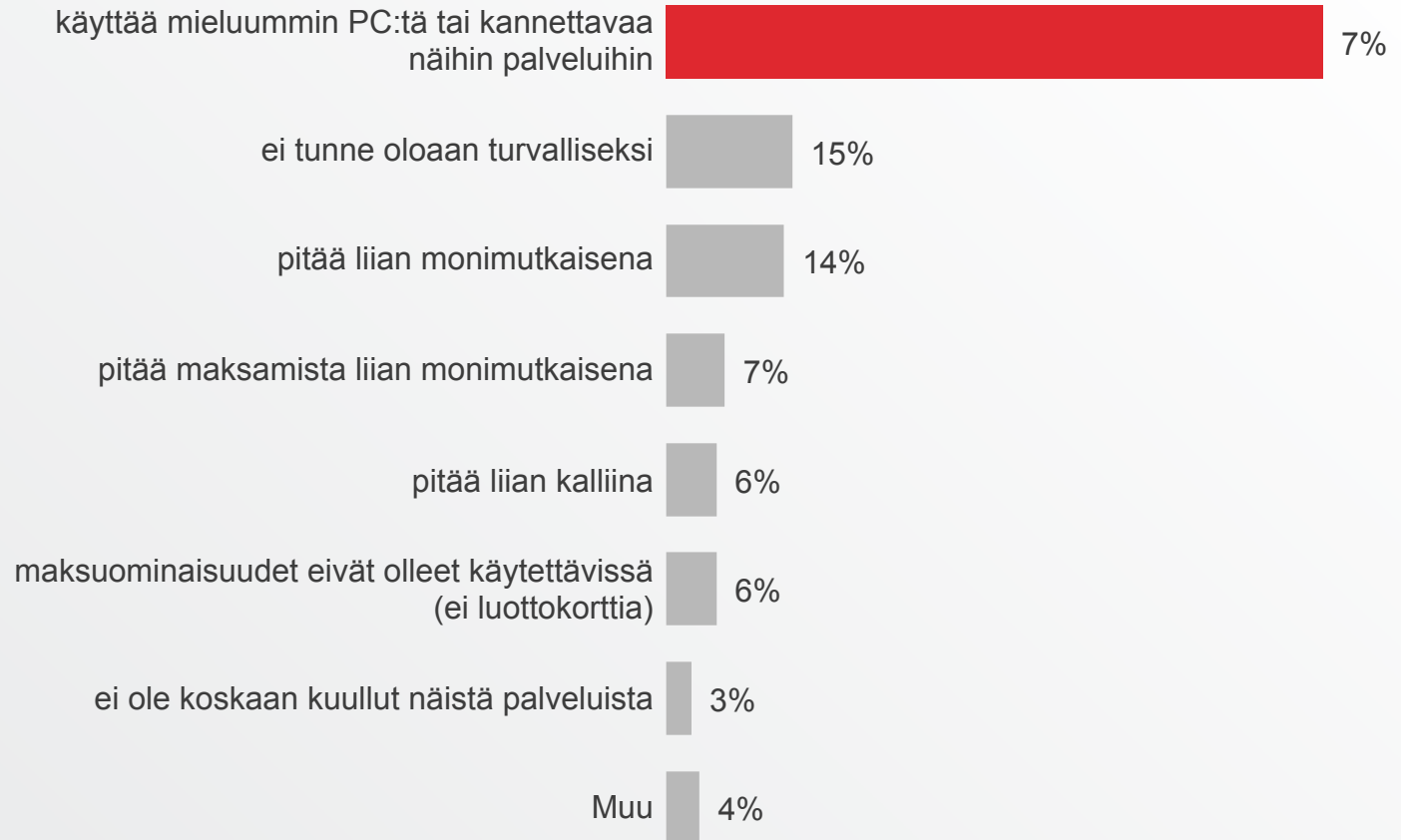
Mobiilikaupankäynti jatkaa kasvuaan



19%

arvioi tekevänsä
enemmän mobiiliostoksia
tulevaisuudessa

Esteitä mobiilikaupankäynnille on yhä olemassa



Älypuhelimet
auttavat mainostajia luomaan
yhteyksiä kuluttajiin



Mainoksille altistuminen verkon ulkopuolella johtaa mobiilihakuun



62%

on suorittanut
mobiilihaun mainoksen
näkemisen jälkeen

Mainoksen sijainti



TV
52%



Kaupassa/
yrityksessä
53%



Aikakauslehdessä
52%



Julisteessa/
mainostaulussa
35%

Joukko: Yksityiset älypuhelinien käyttäjät, jotka yleisesti ottaen käyttävät Internetiä ja jotka huomaavat mainontaa ainakin toisinaan, n = 909

K43a: Kuinka usein käytät älypuhelimiasi tiedonhakuun sen seurauksena, että olet nähnyt mainoksen aikakauslehdessä, julisteessa, televisiossa tai kaupassa/yrityksessä?

Mobiilihakutulosten ensimmäinen sivu on avainasemassa

46%

katsoo vain **ensimmäisen hakutulossivun** tehdessään hakuja älypuhelimellaan





91%

älypuhelisten käyttäjistä
huomaa mobiilimainokset

Mobiilimainokset jättävät jäljen



25%

Sovelluksessa

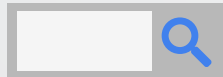
50%

Verkkosivulla



38%

Käyttäessäni hakukonetta

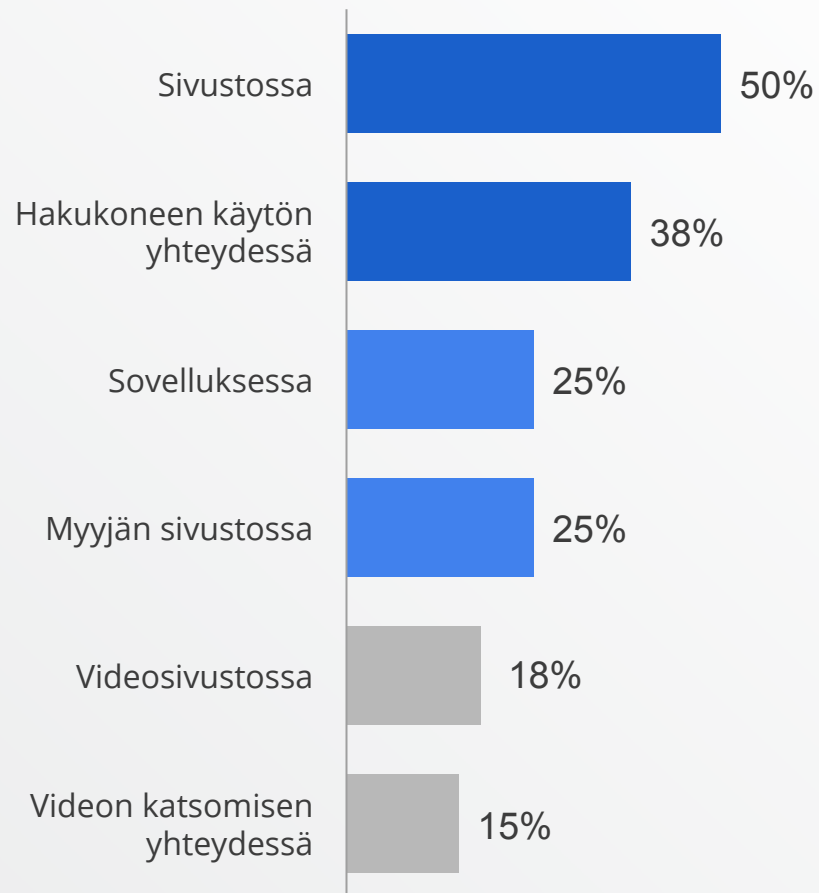


15%

Katsoessani videota



Missä mobiilimainokset huomataan?



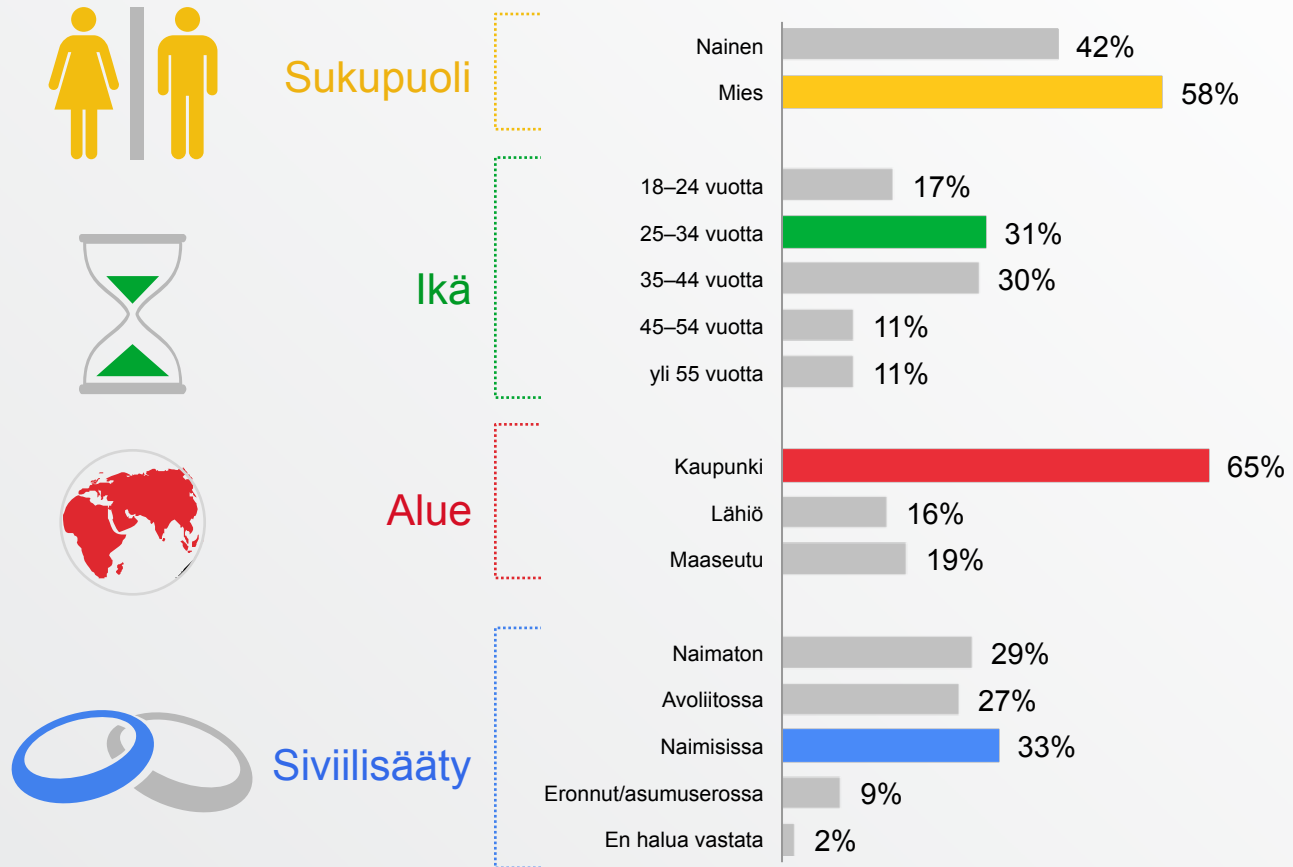
Tausta



Tutkimusmetodologia

- Yhdessä Ipsos MediaCT:n kanssa haastattelimme yhteensä 1 000 täysi-ikäistä suomalaista verkkokäyttäjää (18–64-vuotiaita), jotka kertoivat käyttävänsä Internetiä älypuhelimella.
- Jakauma noudattaa kansallisesti edustavaa CATI-tutkimusta.
- Älypuhelin määritellään “mobiilipuhelimeksi, joka tarjoaa edistyneitä ominaisuuksia, kuten tietokoneen kaltaisia toimintoja tai mahdollisuuden ladata sovelluksia”.
- Vastaajilta kysyttiin useita kysymyksiä liittyen laitteen käyttöön, mobiilihakuihin, videoihin, sosiaaliseen mediaan, ostokäyttäytymiseen ja mobiilimainontaan.
- Haastattelut toteutettiin K1 2012.

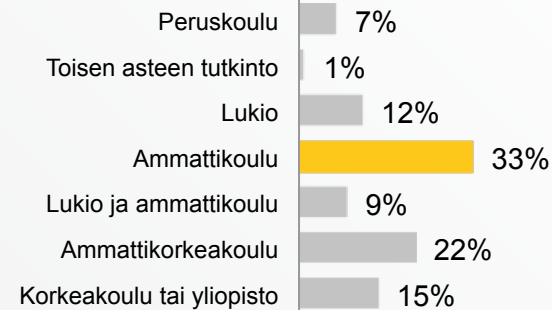
Yleisötiedot



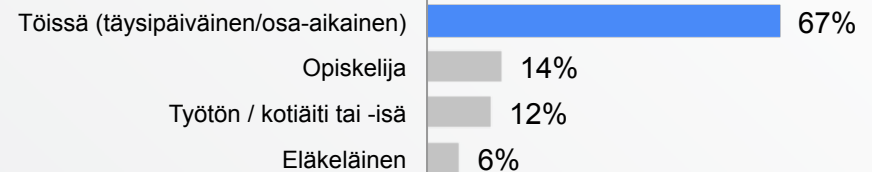
Yleisötiedot



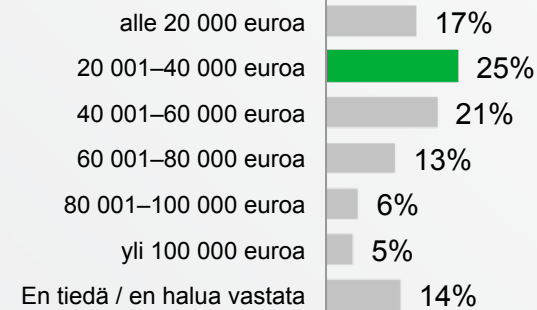
Koulutus



Työnantajat Työtilanne



Tulot



Joukko: Yksityiset älypuhelinien käyttäjät, jotka yleisesti ottaen käyttävät Internetiä n = 1 000

D4. Mikä on korkein suorittamasi koulutusaste?

D5. Mikä seuraavista kuvaa parhaiten työllisyystilannettasi?

D8. Mikä näistä summista kuvaa lähimmin taloutesi (vuosittaisia) kokonaistuloja ennen veroja, vakuutus- ja sosiaaliturvamaksuja, eläkemaksuja jne.?