

A dark, atmospheric photograph of a hiker standing on a rocky mountain peak. The hiker is silhouetted against a lighter sky, and the surrounding landscape is shrouded in mist or low light, creating a sense of solitude and achievement.

TUNTEET VS. DATA

(verkko)kaupankäynnissä

INTRO

Tori.fi

Suomen suosituin ja monipuolisin markkinapaikka ja kiertotalouden edelläkävijä. Torissa vierailee kuukausittain yli 2,4 miljoonaa ostoaikeessa olevaa suomalaista.

Relevant Digital Oy

Datan keräämiseen ja hyödyntämiseen sekä digitaalisen mainonnan teknologioihin ja palveluihin erikoistunut osaaja.

Tori ja Relevant auttavat yhdessä yrityksiä löytämään uusia asiakkaita dataa hyödyntäen.



FAKTOJA JA HAVAINTOJA SUOMALAISTEN OSTOKÄYTTÄYTYMISESTÄ

Selvitimme yli 1000 Tori.fi -kävijän asenteita ja motiiveja ostamiseen liittyen ja peilasimme vastauksia useisiin käytössä olleisiin datalähteisiin.

Analyyseissä on hyödynnetty myös yli 16 miljoonan (suomalaisen) selaimen analytiikkadataa.

Fokus erityisesti nettiostamiseen liittyvissä asenteissa:

- Mikä saa innostumaan verkko-ostamiseen?
- Mitkä asiat vaikuttavat ostopaikan valintaan?

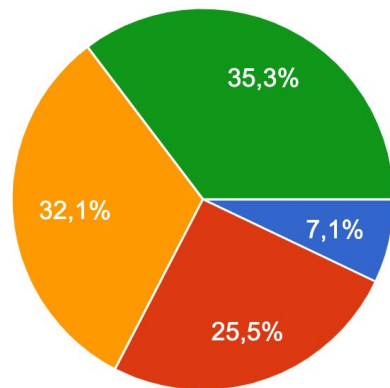
Yleisö pääsee jakamaan myös oman mielipiteensä :)

KESKEISET HAVAINNOT

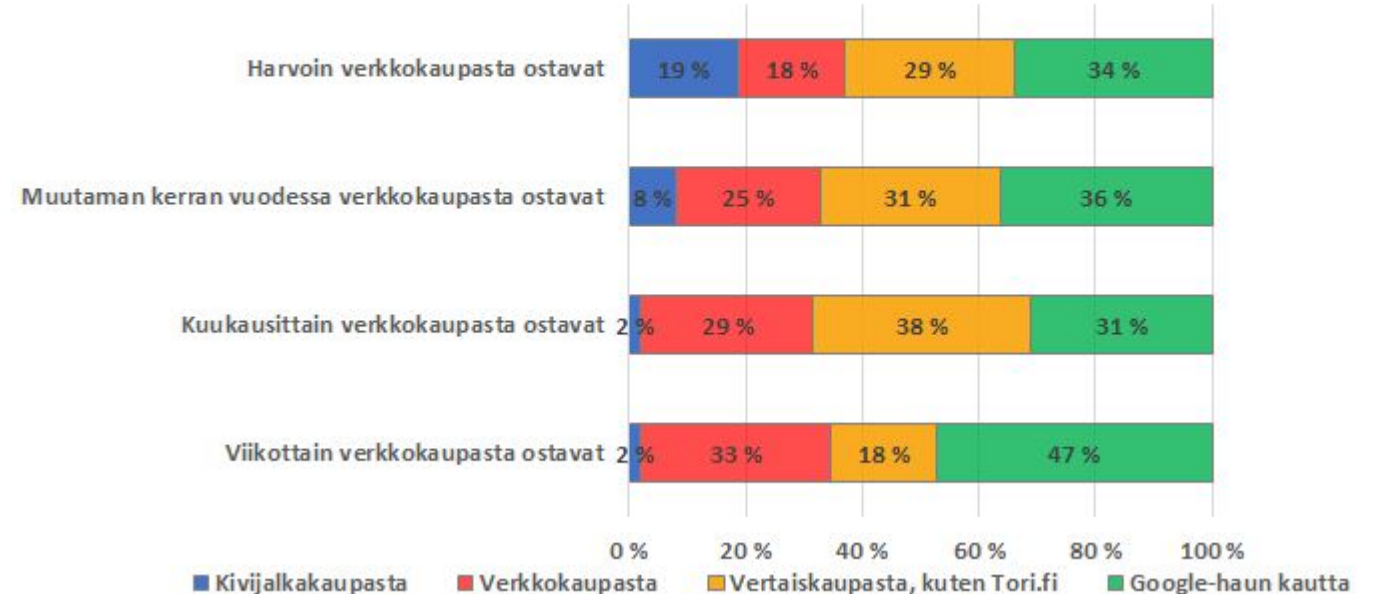
OSTOPROSESSIN ALKU, KANAVAN VALINTA

Kun olet harkitsemassa tuotteen ostamista, mistä lähdet yleensä kartoittamaan valikoimiam?

960 vastausta



- Kivijalkakaupasta
- Verkkokaupasta
- Vertaiskaupasta, kuten Tori.fi
- Google-haun kautta



VERKKOKAUPAN VALINTA - VAIVATTOMUUS INNOSTAA

Mikä saa sinut innostumaan verkkokaupoista ostamisesta?



Mitä useammin ostaa verkkokaupasta, sitä enemmän arvostaa vaivattomuutta

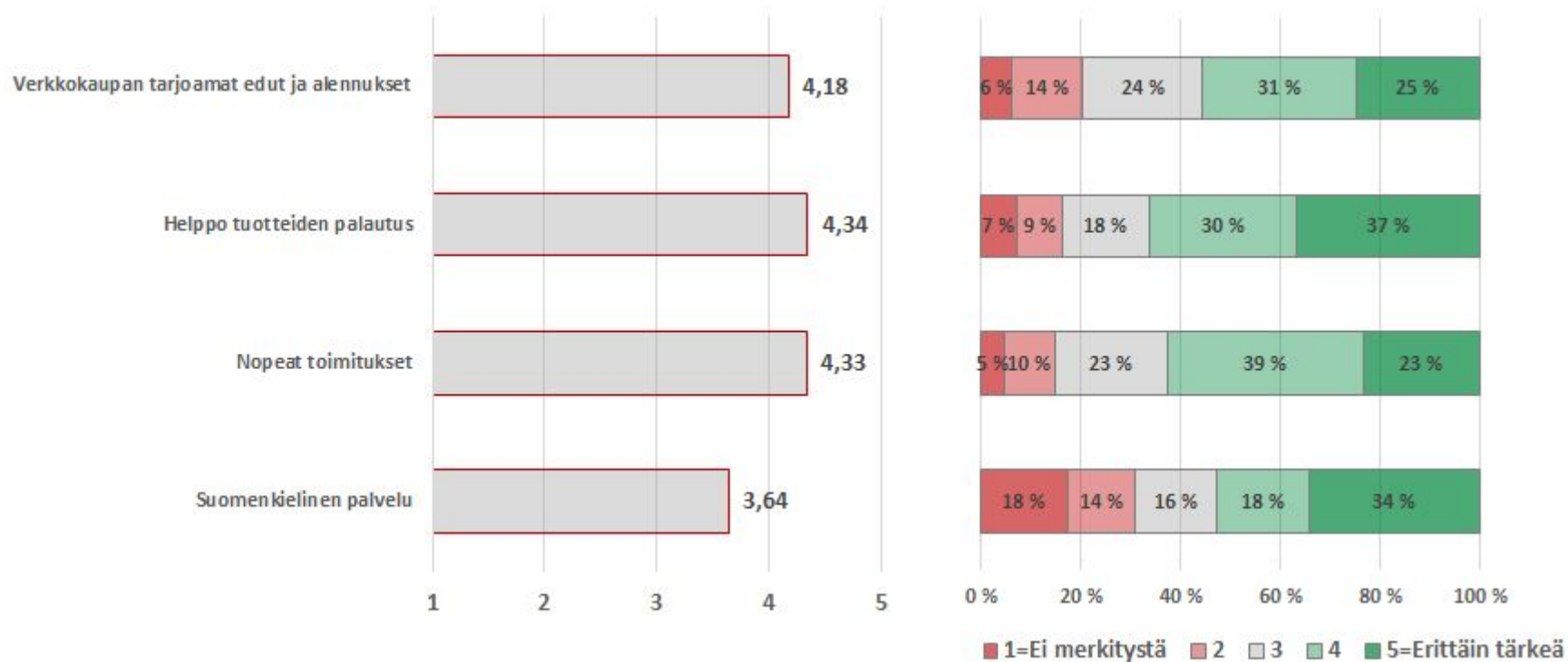
Usein ostavat myös kokevat saavansa tuotteita edullisemmin verkkokaupasta

Viikoittain ostavat kokevat verkkoshoppailun ajanvietteenä

Harvoin ostavat yleisemmin todelliseen tarpeeseen, esim rikkoutuneen tuotteen tilalle

VERKKOKAUPAN VALINTA - NOPEUS JA HELPPOUS KESKEISIMPIÄ

Kuinka tärkeitä seuraavat palveluun liittyvät tekijät ovat sinulle verkkokaupan valinnassa?



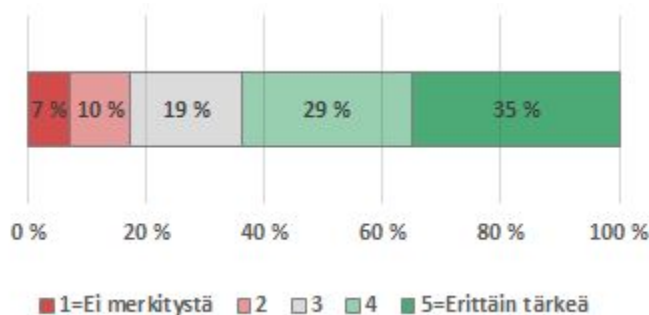
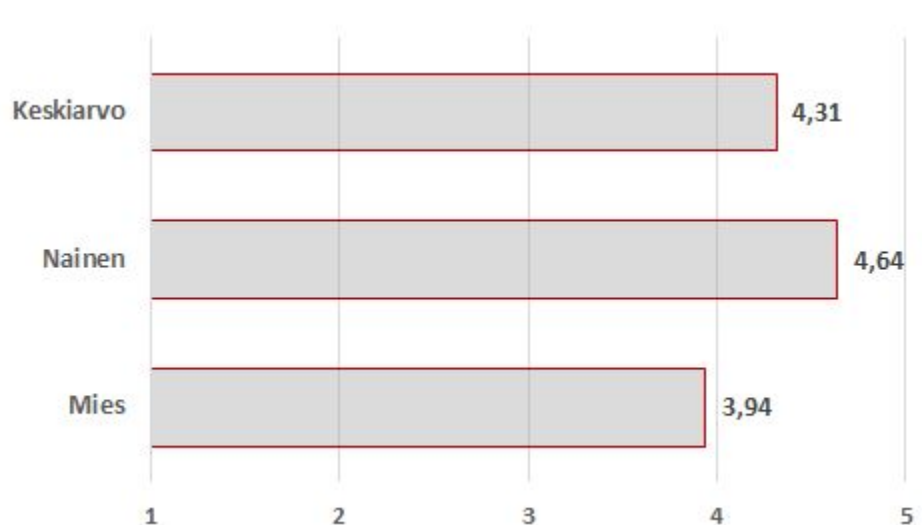
Suomenkielinen palvelu keskeistä harvoin verkkokauppaa käyttäville ja toisaalta vanhemmille ikäluokille

Harvoin käyttäville myös helppo palautus keskeisempää

Verkkokauppaa viikoittain käyttäville nopeat toimitukset tärkeitä

VERKKOKAUPAN VALINTA - NAISILLE VASTUULLISUUS TODELLA TÄRKEÄÄ

Miten tärkeää verkkokaupan vastuullisuus on sinulle?

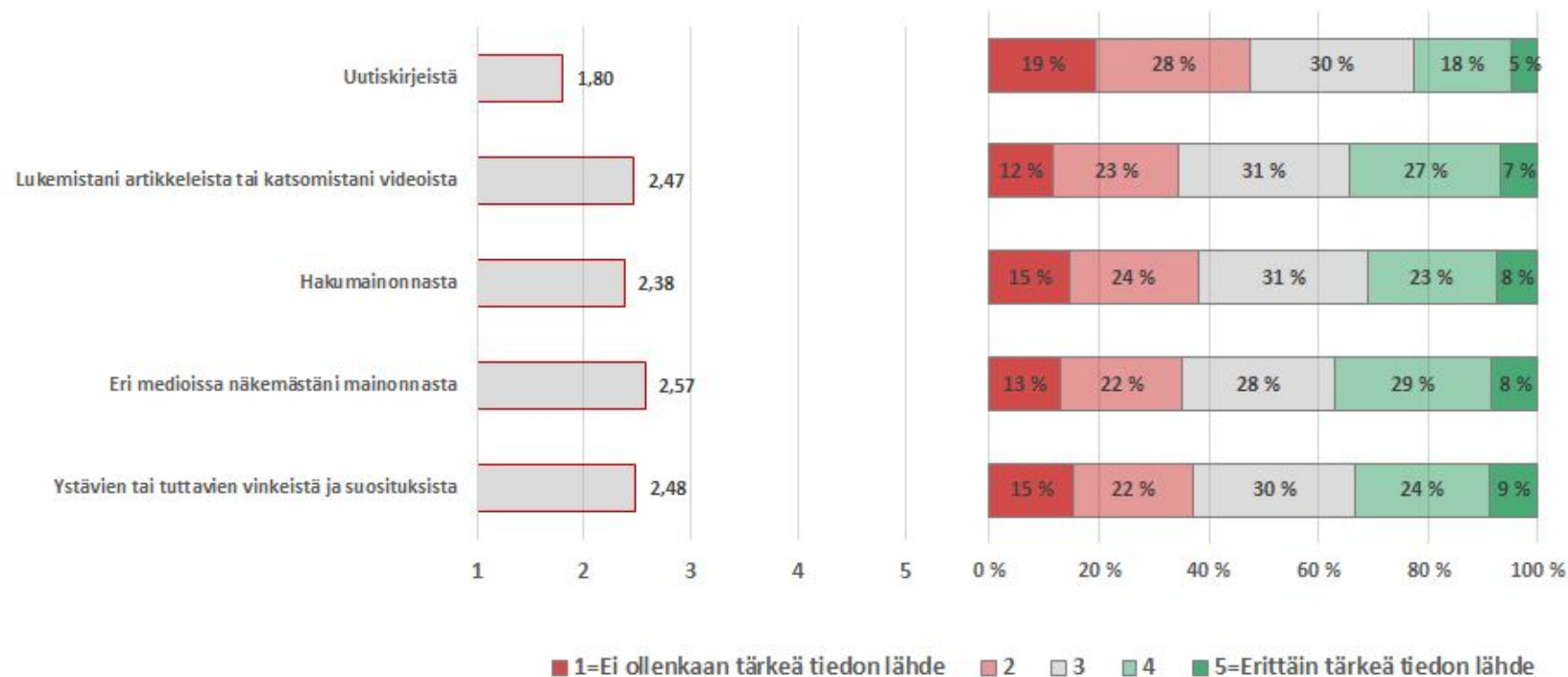


Verkkokaupan vastuullisuus korostuu naisilla ja harvoin verkkokauppaa käyttävillä

Ikäryhmällä 31-45 ja eniten tienaavilla (yli 100 000€ vuodessa) vastuullisuus alikorostuu

INSPIRAATION LÄHTEET: VERKKOKAUPPOJEN MAINOSTAMINEN VAIKEAA - MEDIOISSA NÄHTY MAINONTA NOUSEE KESKEISIMMÄKSI

Mistä saat tietoa kiinnostavista verkkokauppojen tarjoamista tuotteista?



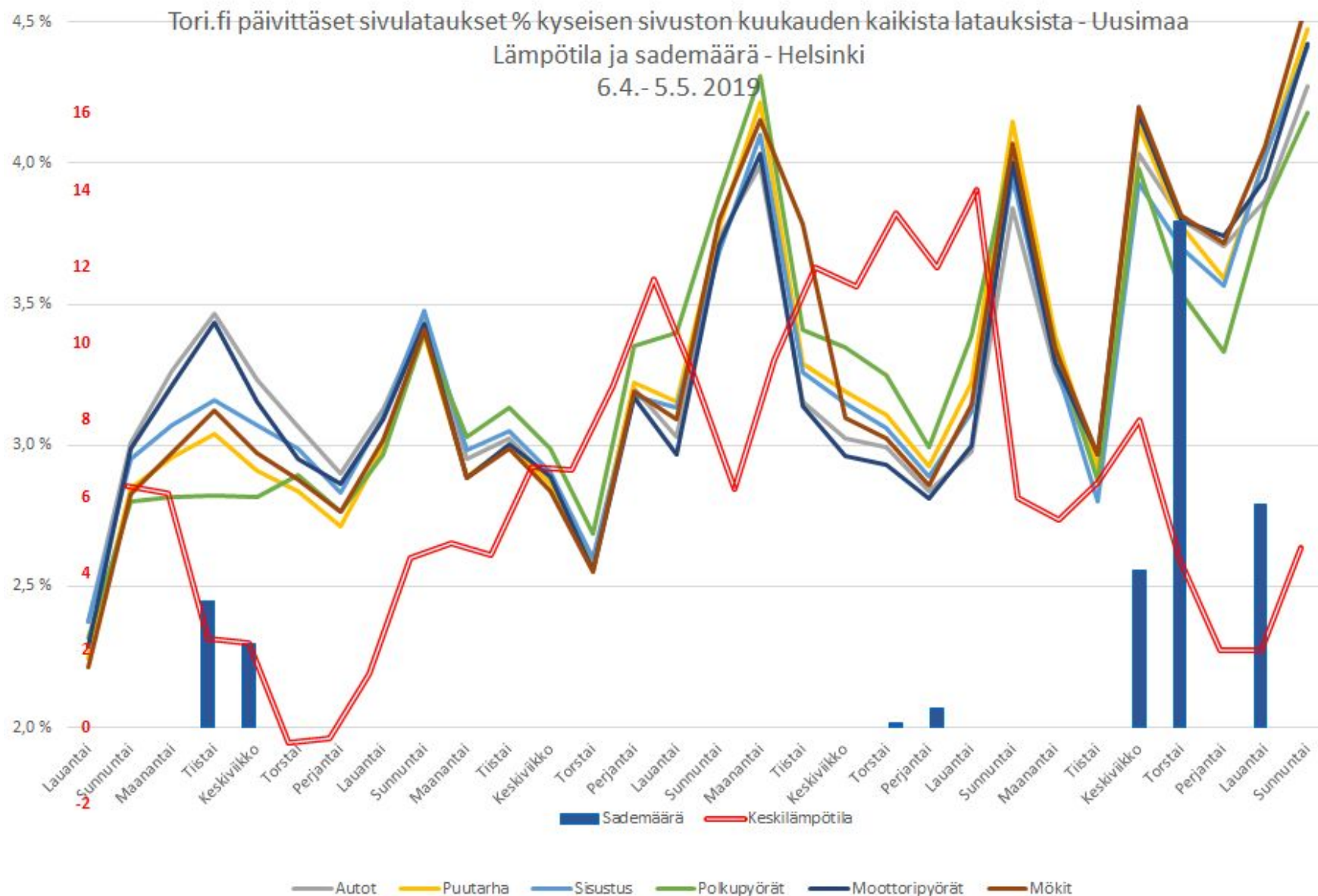
Naisten ja nuorempien ikäryhmien kohdalla korostuu sekä ystävien vinkit että toisaalta mainonnan vaikutus

Verkkokauppaa paljon käyttävät saavat tyypillisemmin tietoa mainonnasta

Harvemmin verkkokauppaa käyttävillä taas korostuu ystävien ja tuttavien vinkit

Yli 100 000 tienaavilla korostuu hakusanamainonnan ja artikkeleiden ja videoiden vaikutus

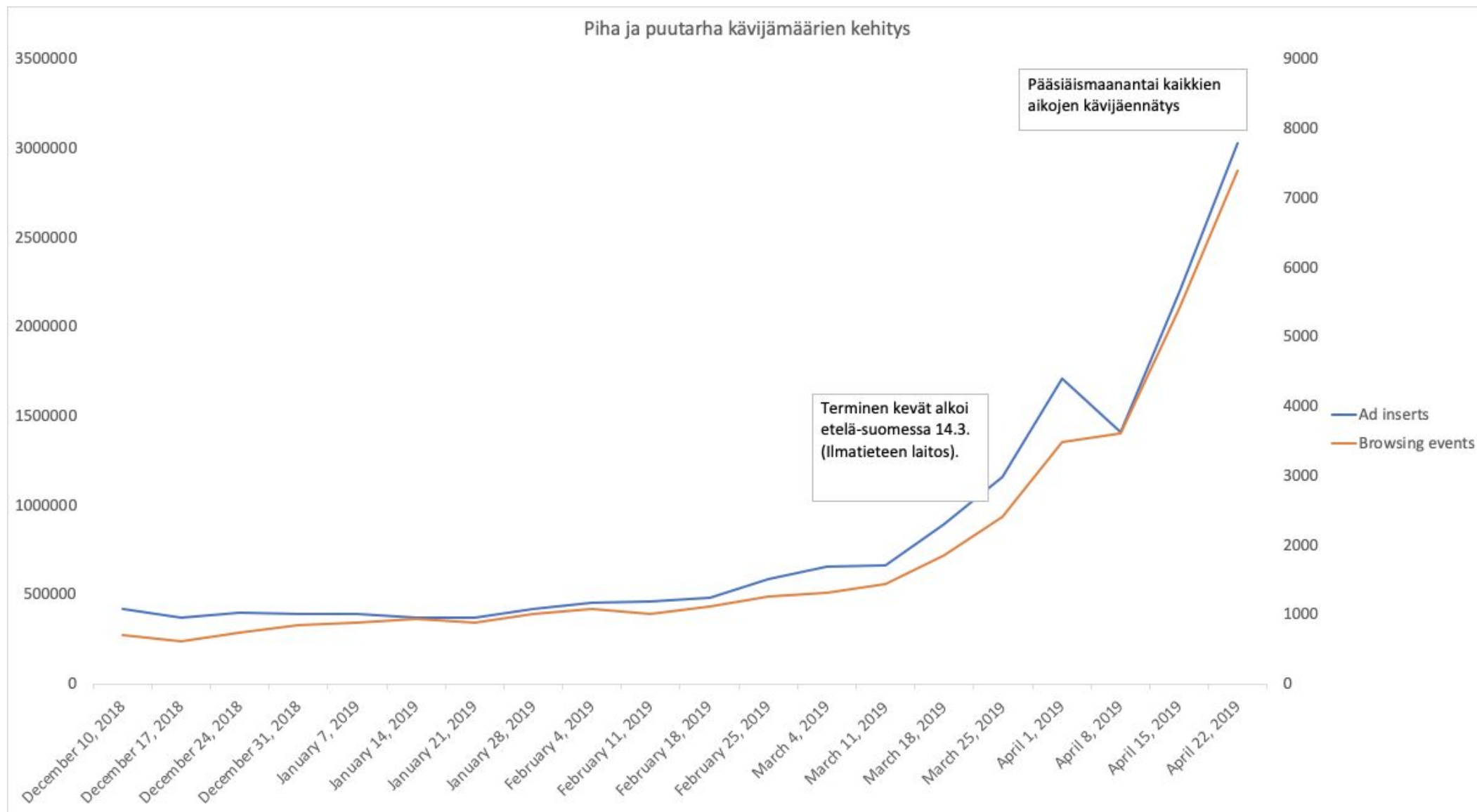
SÄÄTILAN MUUTOKSET VAIKUTTAVAT VERKKOSHOPPAILUUNTOON



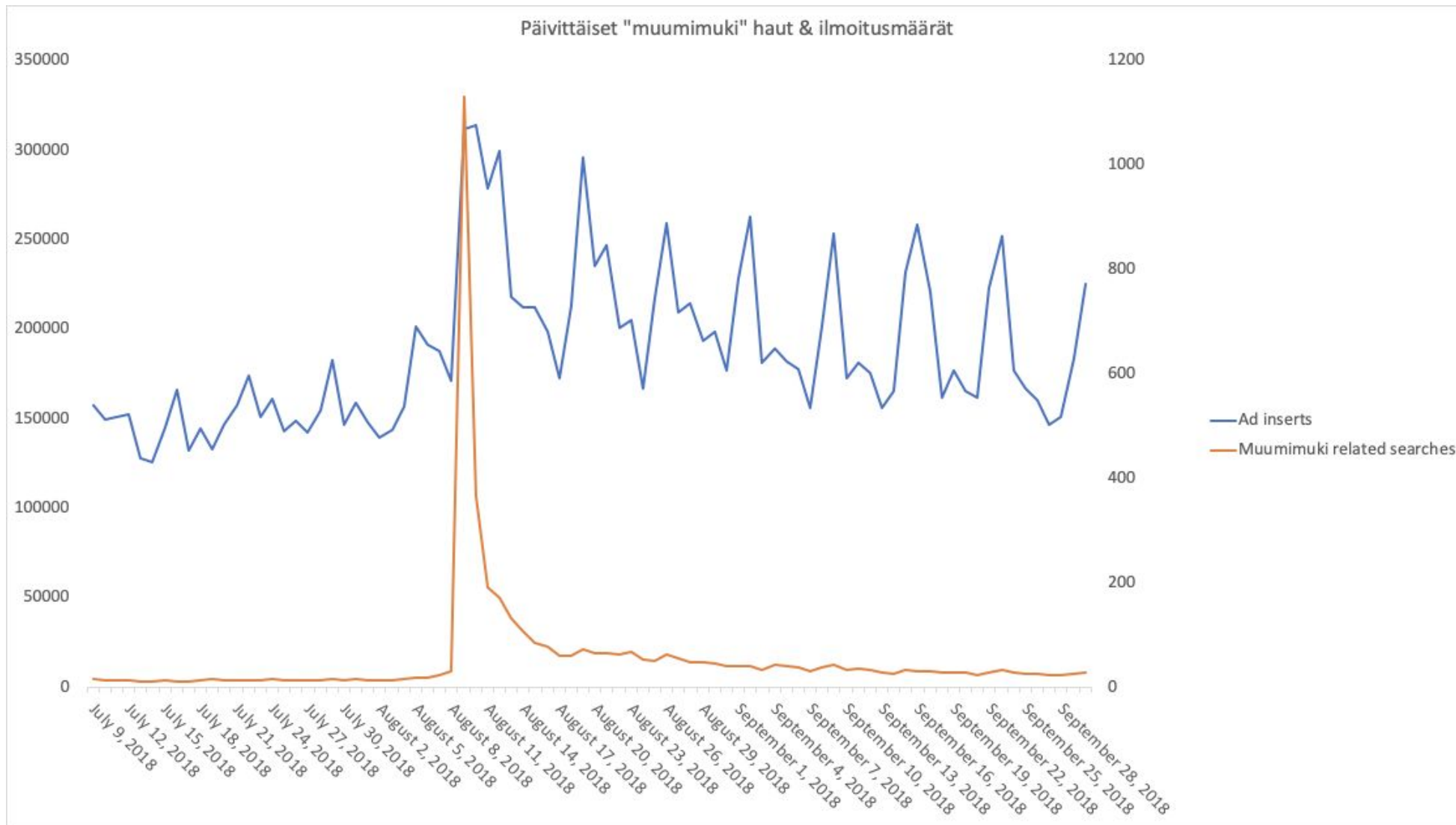
Ilman viileneminen kauniimman jakson jälkeen kasvattaa shoppailuintoa varsinkin viikonloppuna

Sadesää innostaa nettikauppoihin viikolla

CASE PIHA JA PUUTARHA - SESONKIEN VAIKUTUS HAKUMÄÄRIIN

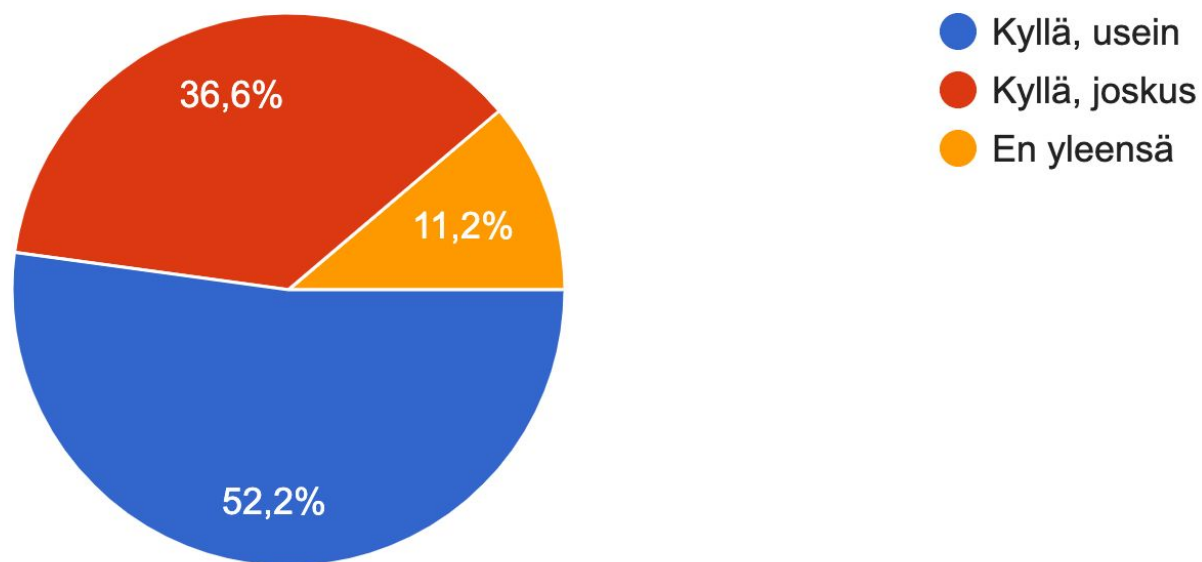


CASE MUUMIMUKI - TRENDIT VAIKUTTAVAT MERKITTÄVÄSTI KULUTTAJIEN OSTOKÄYTTÄYTYMISEEN



LÄHES 90% VASTAAJISTA HARKITSEE AINAKIN JOSKUS KÄYTETYN JA UUDEN TUOTTEEN VÄLILLÄ

Harkitsetko usein verkkokauppaostoksilla ostamista käytetyn ja uuden tuotteen välillä?



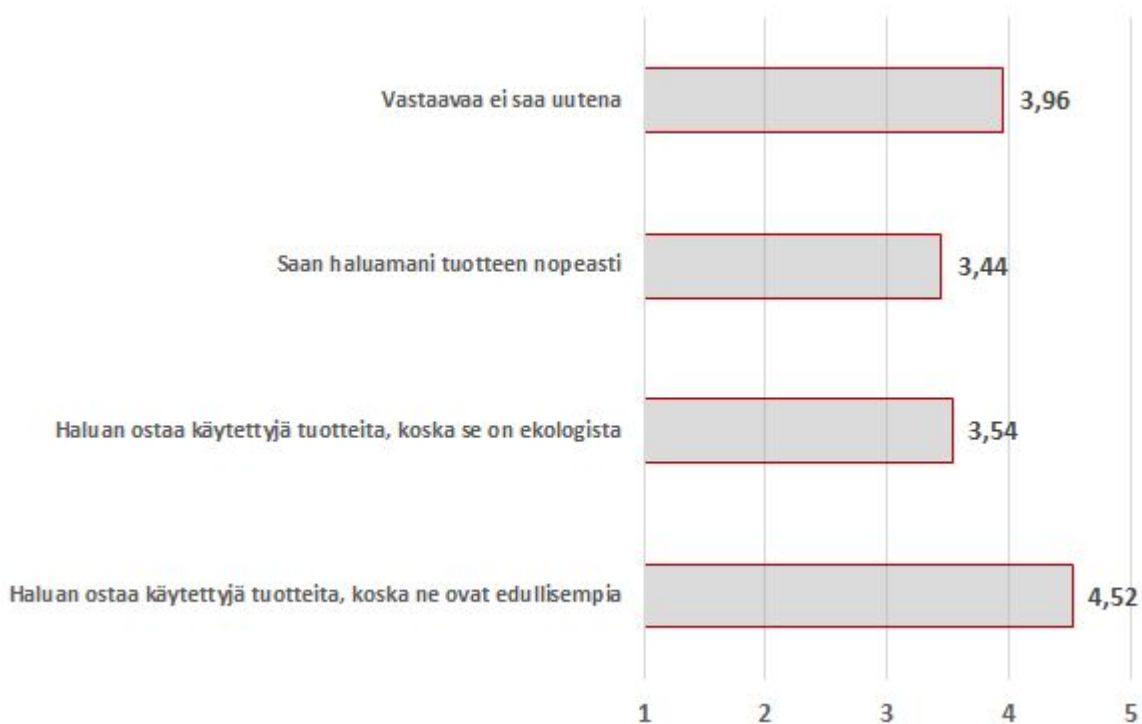
Miehille harkinta uuden ja käytetyn tuotteen välillä yleisempää

“Kyllä, usein”: Usein käytetyn tuotteen ostamista harkitsevat lähtevät tyypillisesti kartoittamaan valikoimaa vertaiskaupasta, kuten Tori.fi

“Kyllä, joskus” -ryhmä taas tyypillisesti kartoittaa valikoimia Google-hauilla

MIKSI KÄYTETTY?

Jos valitset käytetyn tuotteen, mikä vaikuttaa valintaasi?



Verkkokauppaa paljon käyttävät ja nuoremmat painottavat edullisuutta

Naiset arvostavat ekologisuutta ja sitä, että vastaavia ei saa uutena

Yli 100 000 tienaaavilla korostuu, ettei vastaavia saa uutena ja että tuotteen saa nopeasti

KUINKAS TÄMÄ TRENDI?

Drunk US Adults Spend \$48 Billion Shopping Online, And Amazon Is So Happy About It

Gone Online Shopping While Drunk And Lived To Regret It? You're Not Alone



Kauppiaalle ja verkkokauppiaalle:

- Vastuullisuus trendaa, varsinkin naisten keskuudessa. Miten hyödynnät tätä?
- Kysyntä ja tarjonta epäsynkassa sesonkituotteiden osalta, miten reagoi nopeammin?
- Tuotteiden laatu tärkein verkkokaupan valintaan vaikuttava tekijä, jopa tärkeämpi kuin hinta.
-
- Myös tunnettuus ja luotettavuus ja kotimainen palvelu tärkeitä tekijöitä.
- Ihmisten ostoaikeista paljon dataa saatavilla, hyödynnä laajasti!

KIITOS

mika.raiha@tori.fi & petri.kokkonen@relevant.fi