

POIMINTOJA TUTKIMUKSESTA

Kuinka usein vieraillet verkkokaupoissa tekemättä ostoksia?

	Naiset	Miehet
Päivittäin	4 %	6 %
Viikoittain	31 %	40 %
1–2 krt kuukaudessa	35 %	32 %
1–4 krt puolessa vuodessa	15 %	13 %
muutaman kerran vuodessa	12 %	8 %
harvemmin	3 %	1 %

Kuinka usein ostat verkkokaupoista?

	Naiset	Miehet
Päivittäin	0,2 %	0,0 %
Viikoittain	2 %	2 %
1–2 krt kuukaudessa	17 %	20 %
1–4 krt puolessa vuodessa	42 %	39 %
muutaman kerran vuodessa	31 %	34 %
harvemmin	8 %	5 %

Kuinka monia eri verkkokauppoja käytät säännöllisesti ostoksiisi?

	Naiset	Miehet
Vain yhtä verkkokauppaa	7 %	5 %
2–5 eri verkkokauppaa	83 %	81 %
6–10 eri verkkokauppaa	9 %	11 %
10 tai useampia eri verkkokauppoja	1 %	3 %

Mikä seuraavista kuvaa parhaiten sinua verkkokauppaostajana?

	Naiset	Miehet
Satunnainen shoppailija	63 %	47 %
Pitkäjänteinen vertailija	24 %	43 %
Antaa mennä -shoppailija	7 %	6 %
Vastuullinen verkkokuluttaja	4 %	3 %
Verkkokauppa-addikti	2 %	2 %

Kuinka suuren osan ostoksistasi teet suomalaisista verkkokaupoista?

	Naiset	Miehet
alle 10 prosenttia	10 %	13 %
10–50 prosenttia	23 %	27 %
51–90 prosenttia	24 %	22 %
yli 90 prosenttia	43 %	38 %

Kuinka suuren osan ostoksistasi teet ulkomaisista verkkokaupoista?

	Naiset	Miehet
alle 10 prosenttia	57 %	49 %
10–50 prosenttia	30 %	30 %

51–90 prosenttia	9 %	15 %
yli 90 prosenttia	4 %	6 %

Mitä seuraavista sosiaalisen median palveluista käytät?

	Naiset	Miehet
Yhteisöpalvelut (esim. Facebook, LinkedIn, MySpace, Habbo)	76 %	64 %
Tiedostojen, valokuvien tai videoiden jakopalvelut (esim. Flickr)	13 %	17 %
Microblogit (esim. Twitter)	5 %	6 %
Ryhmämyyntisivustot (esim. CityDeal, Kimppadiili)	27 %	16 %
Blogit	30 %	30 %
Wikit (esim. wikipedia)	50 %	59 %
Sosiaaliset arvostelusivut ja foorumit	27 %	32 %
Sosiaalinen kirjanmerkki -sivustot	1 %	1 %

Miten hyödynnät yritysten sosiaalista mediaa ja yhteisöpalveluja?

	Naiset	Miehet
Etsin alennuksia yritysten tuotteista	60 %	52 %
Ostan tuotteen suoraan palvelusta menemättä yrityksen sivuille	10 %	10 %
Hyödynnän muiden arvostelut ja suositukset ostopäätöksessäni	43 %	42 %
Etsin yleistä tietoa yrityksestä	34 %	40 %
Etsin yksityiskohtaisempaa taustatietoa yrityksestä	16 %	20 %
Etsin lisätietoa tuoteuutuuksista	52 %	56 %
Annan palautetta yrityksen nykyisistä tuotteista	14 %	12 %
Koen sen yrityksen asiakaspalvelukanavana	29 %	23 %
Haluan osallistua yrityksen järjestämään tapahtumaan	8 %	5 %
Haluan kertoa yritykselle ideoita uusista tuotteista tai palveluista	3 %	2 %
Haluan olla osa yrityksen yhteisöä	5 %	4 %

Kuinka paljon sosiaalisessa mediassa käytävä keskustelu vaikuttaa ostopäätöksiisi?

	Naiset	Miehet
Erittäin paljon	2 %	1 %
Melko paljon	26 %	23 %
Melko vähän	56 %	62 %
Ei lainkaan	16 %	16 %

Kuinka tärkeitä sinulle on toisten kuluttajien arvostelut ostopäätöstä tehdessäsi?

	Naiset	Miehet
Erittäin tärkeitä	3 %	2 %
Melko tärkeitä	44 %	47 %
Melko merkityksettömiä	40 %	43 %
Täysin merkityksettömiä	7 %	6 %
En osaa sanoa	6 %	2 %